



Checkliste Marketing „Orientierungshilfe“

Dieser Fragebogen hilft Ihnen zu erkennen wo Sie mit Ihrem Unternehmen stehen. Er kann Ihnen, wenn Sie das wollen auch gleichzeitig als Arbeits- und Maßnahmenpapier dienen.

Nehmen Sie sich ca. eine Stunde Zeit, Sie werden schon beim Ausfüllen Erkenntnisse haben und möglicherweise Tatendrang verspüren. Deswegen haben wir Ihnen Platz für Notizen, Anregungen und Ideen gegeben. Die Checkliste ist so aufgebaut, dass Sie diese als Arbeitspapier verwenden können.

Wenn Sie nicht alle Fragen auf Anhieb beantworten können ist dies ein Zeichen, dass Sie nicht alle Informationen haben oder sich mit der Thematik noch nicht beschäftigt haben. Alleine weil Sie sich damit beschäftigen werden Sie sensibilisiert und die Zusammenhänge besser verstehen.

Einige Fragen sind bewusst sehr pauschal gehalten. Das hat den Sinn, dass Sie darüber nachdenken müssen. Sie füllen schließlich ja keinen Lotto-Zettel aus oder eine vorgegebenes Raster-Matrix.

Tipp: Gehen Sie die Fragen in drei Monaten nochmals durch und vergleichen Sie die Ergebnisse. Sie werden feststellen, dass die Antworten teilweise unterschiedlich ausfallen. Hier können Sie Trends und Versäumnisse erkennen.

Extra-Tipp: Beauftragen Sie eine zweite Person. Sie können einen Mitarbeiter von Ihnen, oder gar einen Ihrer vertrauten 1A-Kunden bitten die Fragen aus seiner Sicht für Sie zu beantworten. Ich verspreche Ihnen Sie werden Bestätigung aber auch relevante Abweichungen feststellen.

In jedem Fall können Sie nur Gewinnen und Sie haben auf alle Fälle handfeste Erkenntnisse die Sie für die richtigen Entscheidungen verwerten können.

Wenn Sie Fragen haben oder Unterstützung brauchen zögern Sie nicht uns zu kontaktieren und idealerweise eine e-mail an service@abt-2.de zu schreiben.

Persönliche Daten

Name:

Datum:



1. Unternehmen // Ihr Angebot

1.1. Welche Produkte bieten Sie an?

1.2. Welche Dienstleistungen?

1.3. Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal? Was unterscheidet Sie von Ihrem Wettbewerb?

1.4. Was bekommt Ihr Kunde exklusiv von Ihnen? Welchen Nutzen hat er wenn er bei Ihnen kauft?

1.5. Wer ist Ihre Zielgruppe(n)?

Privatleute: Alter, m/w, Beruf, Kfz, Haus, ...

Unternehmen: Branche, Mitarbeiterzahl, Größe, regional/national/international, ...

1.6. Gibt es typische Merkmale Ihrer Zielgruppe? Wenn ja, welche?

1.7. Was erwartet Ihre Zielgruppe von Ihnen?

1.8. Welche Probleme hat Ihre Zielgruppe?



2. Unternehmen // Qualität

2.1. Wie würden Sie die Qualität Ihrer Produkte und Dienstleistungen einschätzen?

2.2. Wie würden Sie die Preise Ihrer Produkte und Dienstleistungen einschätzen?

2.3. Welche Produkte und Dienstleistungen verkaufen sich von selbst?

2.4. An welchen Produkten und Dienstleistungen machen Sie die meisten Gewinne?

2.5. Welche Produkte und Dienstleistungen sind subventioniert?

2.6. Welche Produkte und Dienstleistungen können Sie besser machen?

2.7. Welche Produkte und Dienstleistungen fehlen in Ihrem Portfolio noch?

2.8. Von welchen Produkten und Dienstleistungen können Sie sich trennen?



3. Unternehmen // Kommunikation

3.1. Haben Sie ein Logo und einen Claim?

3.2. Haben Sie ein Corporate Design?

Gestaltungsrichtlinien, Markenbild, einheitliche Typografie und Farbgebung,...

3.3. Welche Geschäftspapiere haben Sie im Einsatz?

Briefbogen, Visitenkarten, Schreibblocks, Kurzbriefe, Notizzettel, ...

3.4. Welche Drucksachen im Bereich Image- und Produktwerbung haben Sie im Einsatz?

Image- und Produktbroschüren, Flyer, Folder, Sammelmappen, Givings, Präsentationsunterlagen, elektronisch, physisch, ...

3.5. Ist Ihr Firmengebäude von aussen einheitlich und eindeutig identifizierbar? Was, wie, ...?

Beschilderung, Transparente, Banner, Leitsystem, ...

3.6. Findet sich die äußere Gestaltung im Inneren des Gebäudes wieder bzw. wird sich ein Besucher sofort orientieren können?

Beschilderung, Leitsystem, Empfangsbereich, Kleidung der Angestellten, ...

3.7. Haben Sie sonstige Werbeträger oder Werbemittel im Einsatz?

Schilder, Beschriftungen, Fahrzeuge, Aufkleber, Fahnen, Banner, Banden, Anzeigen, ...



ABTEILUNG₂

MARKETING FOR SUCCESS

3.8. Haben Sie einen eigenen Online-Auftritt?

Website, Landingpage, Online-Shop, Werbebanner, Online-Anzeige, ...

3.9. Sind Sie in Social-Networks vertreten?

Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, YouTube, Google+, ...

3.10. Spiegelt Ihr Logo und Ihr Auftritt über alle Kanäle die Leistungsfähigkeit und Ihr Image wieder?

4. Unternehmen // Vertrieb

4.1. Wie kommen Sie an neue Kunden?

Ladengeschäft, Aussendienst, Online-Marketing, Telefonvertrieb, ...

4.2. Wie viel Neukunden gewinnen Sie im Monat?

4.3. Wie viele verlieren Sie?

4.4. Welche Ergebnisse erreichen Sie mit einzelnen Maßnahmen?

Termine, Aufträge, Anfragen, Umsatz pro Vertriebskanal, ...

4.5. Wie sind Ihre Quoten?

Kontakte, Gespräche, Termine, Abschlüsse



4.6. Auf welchen Widerstand oder Einwände stoßen Sie bei Ihrer täglichen Arbeit?

4.7. Was sind Ihre Probleme bei der Gewinnung neuer Kunden?

4.8. Was glauben Sie sind die Gründe wenn Sie einen Auftrag nicht bekommen?

5. Unternehmen // Distribution

5.1. Wo ist der Ort der Leistungserbringung? Ist dieser dem Geschäft angemessen?

5.2. Muss die Ware oder Hilfsmittel zur Leistungserbringung verpackt und transportiert werden?

5.3. Bei Dienstleistungen, kommt der Kunde zu Ihnen oder fährt ein Mitarbeiter zum Kunden?

5.4. Gibt es im Hinblick auf Transport und Logistik besondere Herausforderungen?

5.5. Ist Transport und Logistik für Ihr Geschäft eher nützlich oder hinderlich?



6. Unternehmen // Ziele

- 6.1. Was wollen Sie mit Ihrer Firma in einem, in drei und in fünf Jahren erreicht haben?
- 6.2. Wenn Sie ein, drei und fünf Jahre zurückblicken, welche Ziele haben Sie konkret erreicht?
- 6.3. Welche noch nicht?
- 6.4. Was sind Ihre Stärken? Was können Sie gut?
- 6.5. Was sind Ihre Schwächen? Wo sehen Sie Potential?
- 6.6. Was glauben Sie steht allen Ihren Vorhaben am Meisten im Weg?
- 6.7. Wenn Ihnen nichts passieren würde und Sie im Deckmantel der absoluten Anonymität handeln könnten. Was würden Sie tun?

Review

Am Besten setzen Sie sich jetzt gleich einen Termin in Ihren Kalender wann Sie den Fragebogen erneut durcharbeiten und mit dem Heutigen vergleichen.

Datum:



ABTEILUNG₂

MARKETING FOR SUCCESS

Sie haben es geschafft!

Auch wenn Sie nicht alle Fragen beantworten konnten oder in Ihrem Fall nicht ganz zutreffen. So haben Sie doch einen kleinen Rund-um-Schlag vollzogen und sich mit allen Bereichen Ihres Unternehmens beschäftigt.

Nun verstehen Sie vielleicht auch besser was Marketing von Werbung unterscheidet. Sie haben anhand der vier Disziplinen des Marketing (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) Ihr Unternehmen beleuchtet. Nun haben Sie möglicherweise einen anderen Blick auf den Zusammenhang und die Wichtigkeit dieser vier Felder.

Jedenfalls wissen Sie jetzt, dass Marketing ein Prozess und keine Tätigkeit ist.

Wenn Sie mögen schicken Sie mir Ihr ausgefülltes Exemplar, per Fax an 03695 850 10 91 oder per e-mail an service@abt-2.de und ich geben Ihnen kostenfrei eine ehrliche Einschätzung, ein paar Ideen und Anregungen die Sie selbst oder mit Ihrem Dienstleister umsetzen können. Selbstverständlich behandeln wir Ihre Daten streng vertraulich und geben diese keinesfalls an Dritte weiter.

Wenn Sie keine Ressourcen oder Dienstleister haben können wir Ihnen natürlich auch weiterhelfen. Hierzu schnüren wir Ihnen ein maßgeschneidertes Paket und bieten Ihnen die Leistungen an die Sie auch wirklich weiter bringen. Auf dieser Basis bekommen Sie weitere Anregungen, Möglichkeiten und Lösungsvorschläge aufgezeigt die in der Praxis nachweislich funktioniert haben.

Mehr Informationen hierzu finden Sie auf unserer Website www.abt-2.de.

Schreiben Sie mir Ihre Meinung zur Checkliste, Ihre Erfahrung, Ihre Erwartung gerne auch Ihre Wünsche an service@abt-2.de

Ich versuche Ihnen stets innerhalb von 24 h konkret und persönlich zu antworten.

Herzlichst Ihr
Thomas Wilging

Senden Sie uns jetzt direkt das ausgefüllte Formular zu. Wir geben Ihnen unverbindlich und kostenfrei eine Einschätzung was Sie verbessern können.

Ihre Daten werden selbstverständlich streng vertraulich behandelt und niemals an Dritte weitergegeben!