

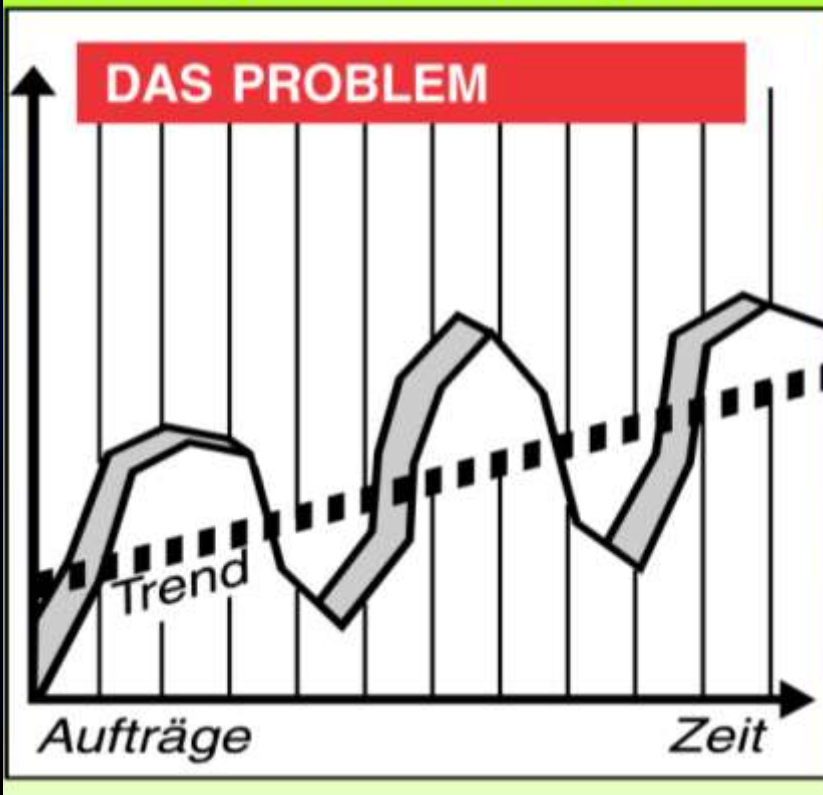
Marketing in der Krise

Sternstunde für
Unternehmer

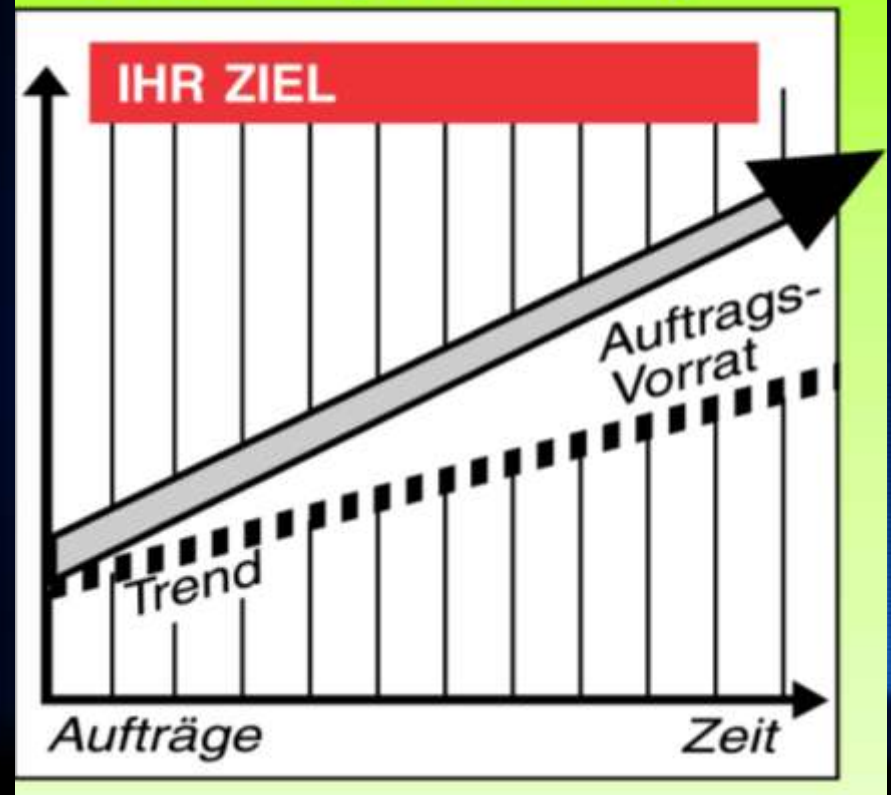
JOINTMARKETING
CONSULT

Dipl.-Betriebswirt
Christian Görtz

... Auftrags- Schwankungen



... Gleichmäßige Auslastung



Wie kann man Leistung besser darstellen?

**Früher:
Direktvergleich**

Preis = Produkt

**Gestern:
Leistungsvergleich**

Preis = Produkt + Leistung

**Heute:
Plus-
Leistungsvergleich**

Preis = Produkt-Leistung + Dienst-Leistung + Plus-Leistung



...besser darstellen

Wie Preis-Leistung besser darstellen?

Leistungen:

Billig

Preiswert

Wertvoll

Preis

• _____

Preis

• _____
• _____
• _____

Preis

• _____
• _____
• _____
• _____
• _____
• _____

Folgekosten:

Folgekosten
Folgewirkung
Folgekosten
Folgewirkung
Folgekosten
Folgewirkung
Folgekosten
Folgewirkung
Folgekosten

Folgekosten
Folgewirkung
Folgekosten
Folgewirkung
Folgekosten

Folgekosten

Wie Folgekosten minimieren?

Ergebnis-Erfahrung mit der „3-Vorschläge“-Methode

Vorschlag 1:
7%

Vorschlag 2:
55%

Vorschlag 3:
38%

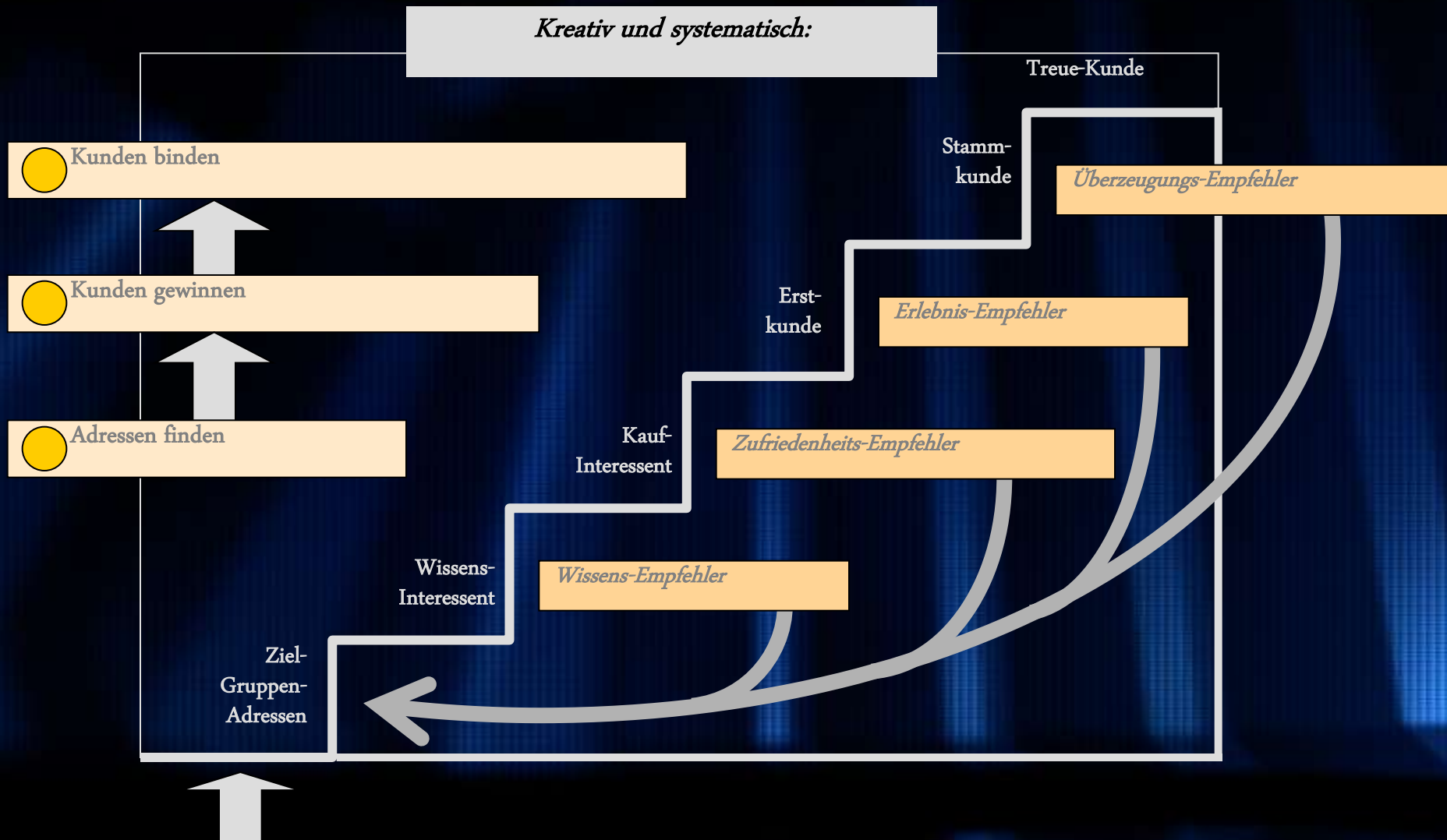
... bei **93%** der Aufträge
ein Mehrwertverkauf

Systematisches Empfehlungsmarketing

- **44% Einfluss durch Freunde und Bekannte**
- **Systematisch**
- **Anreize schaffen**
- **In jeder Phase möglich**



Sog erzeugen: Von der Empfehlung zur Kundengewinnung



Networken Sie

- **Wenn kennen Sie?
Wie groß ist Ihr
Netzwerk?**
- **Wo können Sie
weiterhelfen?
Werden Sie eine
Knotenpunkt-Firma**
- **Online (z.B. XING)**



Kooperieren Sie mit anderen Kundenbesitzern

- **Wer hat noch Kontakt zu Ihrer Zielgruppe?**
- **Wer ist Ihr Powerpartner?**
- **Sinnvolle Ergänzung zu Ihrem Produkt oder Dienstleistung**



Beispiel Lidl/Bild

6 Grill-Würstchen, 6 Flaschen Bier **Lidl-EM-Paket** **exklusiv in BILD**

Das ist der Party-Hammer! Am Montag, pünktlich zum alles entscheidenden Spiel gegen die Ösis, gibt's exklusiv bei BILD das EM-Paket von Lidl. **Nur einen Euro bezahlen** - und dafür
▶▶▶ drei Liter Bier (sechs

0,5-Liter-Flaschen Grafenwalder Premium Pils) und
▶▶▶ ein Paket Grillwürste (Dulano, 350 Gramm) mitnehmen.

WIE MAN AN DAS LIDL-PAKET KOMMT? Ganz einfach am Montag in BILD den abgedruckten Coupon

ausschneiden, ab zu einer der 2600 Lidl-Filialen, mit Bier und Wurst zur Kasse - und schon kann für einen Euro (zuzgl. 1,50 Euro Flaschenpfand) die EM-Party losgehen.

Also - am Montag wieder BILD kaufen!

Bauen Sie ein trojanisches Pferd

- Was können Sie als Teilleistung anbieten?
- Muster / Proben / Test
- Indirekte Trojaner



Nachfassen

- **50 %** geben nach dem ersten Kontakt auf
- **65%** nach dem zweiten Kontakt
- **79,8%** nach dem dritten Kontakt
- **89,8%** nach dem vierten Kontakt

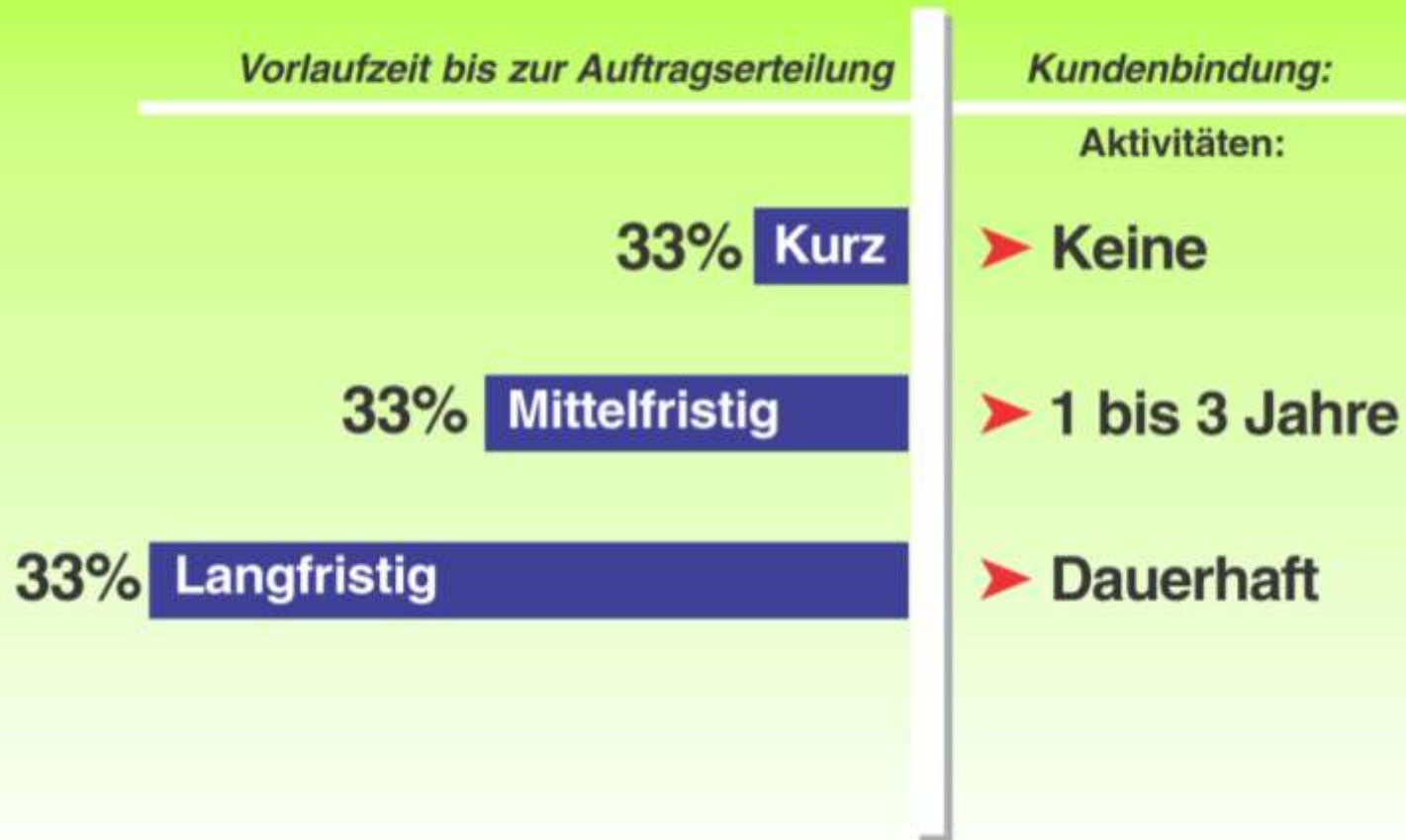


Erhöhen Sie die Frequenz

Die „Wirk-Faktoren“ besser erkennen und „neu behandeln“



Die „Wirk-Faktoren“ besser erkennen und „neu behandeln“



Stellen Sie einen Marketingplan auf

- **90 % ohne Planung**
- **Kein klares Umsatzziel**
- **Budget umschichten**



Mehr Infos unter:

www.marketingtip.de
twitter: marketingprofi

Weitere Informationen

Immobilien-Marketing

Marketing in der Krise



Von Christian Görtz, Pfungstadt

Die Wirtschaft nützt in die Krise. Bereits unterschriebene Aufträge werden storniert. Die Anfragen gehen sukzessive zurück. Viele fragen sich: „Was kann ich tun, um meine Umsätze zu halten oder gar auszubauen?“

Je stärker die Krise wird, desto mehr Mitbewerber verschwinden aus dem Markt. Besonders die, die schlecht vorbereitet und unterfinanziert sind. Deren Kunden wenden sich für die anderen und suchen sich neue Lieferanten im Markt. Jetzt brauchen Sie ein besseres Marketing-System, damit die freiwilligen und wechswilligen Kunden schneller Sie als den Mitbewerber finden. So bauen Sie systematisch Ihre Marktposition aus. Mehr oder weniger Marketing in Krisenzei-

ten? Das ist eine Frage, die sich jeden Tag immer mehr Unternehmer stellen. Wenn mehr Marketing, dann was für Marketingaktivitäten? Hier sieben Tipps, wie Sie sofort mehr Aufträge und Abschlüsse herausholen und Ihren Umsatz halten oder gar steigern.

Tip Nr. 1 Erhöhen Sie Ihr Budget für Marketing

Jetzt ist an der Zeit, sich nochmal Gedanken über das eigene Marketingbudget zu machen. In der Krise streichen viele Unternehmen ihre Budgets zusammen und schwächen damit ihre Marketingpower. Verhalten Sie sich antizyklisch: Erhöhen Sie Ihr Marketing-Budget! Zahlreiche Studien belegen, dass die Firmen,

die in der Krise verstärkt in Marketing investieren, anschließend zu den Gewinnern gehören.

Tip Nr. 2 Systematisch nachfassen

Bei vielen Betrieben habe ich beobachtet, dass sehr viel Aufwand betrieben wird, um neue Interessenten zu gewinnen, aber dann im Anschluss zu wenig nachgefasst wird. Es gibt kein systematisches Nachfass-Konzept. Eine Untersuchung bei Verkäufen hat ergeben, dass 50% nach dem ersten Kontakt, 65% nach dem zweiten Kontakt, 75,8% nach dem dritten Kontakt und 89,9% nach dem vierten Kontakt aufgeben. Wir sehen, dass es durchaus Sinn macht, sich stärker über ein konsequentes Nachfassen Gedanken zu

“Der Praxis-Report”

Die 7 wichtigsten Marketingfehler

Jeden Tag werden diese Fehler in
Unternehmern gemacht, die Umsatz und
Gewinn kosten

Christian Görtz

Gute Geschäfte



Marketing in der Krise

Sternstunde für
Unternehmer

JOINTMARKETING
CONSULT

Dipl.-Betriebswirt
Christian Görtz