

# 7 wichtig(st)e(n) Marketingfehler

**Sternstunde für  
Unternehmer**

**JOINTMARKETING**  
CONSULT

**Dipl.-Betriebswirt  
Christian Görtz**

## Zu wenig Testen

- Was können Sie testen?
  - Verkaufsgespräche
  - Werbematerialien
  - Werbebriefe
  - Präsentationen
- 
- Den Königspfad finden



# Kein einzigartiges Verkaufsmerkmal

**JOINTMARKETING**  
CONSULT

- **Wo sind Sie anders als andere?**
- **Wo sind Ihre Stärken?**
- **Was können Sie besser?**



# Keine erkennen des gesamten Geschäftspotential

**JOINTMARKETING**  
CONSULT

- **Lebenswert eines Kunden**
- **Zusatzverkäufe**



# Bedürfnisse orientieren

- Was will der Kunde?
- Wo sind seine Engpässe?
- Kenne ich seine aktuellen Bedürfnisse?
- Nutzen erhöhen?



**Marketing = Markt machen**

**„Marketing ist  
Denken und Handeln  
aus Kundensicht“**

*Peter F. Drucker*

## Zu wenig Kooperation

**JOINTMARKETING**  
CONSULT

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



## Beispiele

**Grafiker**

**Drucker**

**Unternehmensberater**

**Steuerberater**

**Versicherungsmakler**

# Kein Marketingplan

- **90 % ohne Planung**
- **Kein klares Umsatzziel**
- **Endtermine**



Fallbeispiel

\* Aktivitäten- und Zeitplan *für 3 Jahre*

Maßnahmen	200...				200...				200...				
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
● <i>Basis-Medium</i>		□	□	□	□	□	□	□		□	□	□	□
● <i>Flankierende Medien</i>		□	□	□	□	□	□	□		□	□	□	□
● <i>Presse-Artikel</i>		●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●
● <i>PR-Aktionen</i>		▲	▲		▲	▲	▲			▲	▲	▲	
● <i>Wert-Promotion</i>		W	W			W	W	W		W	W	W	W
● <i>Ausstellungen</i>		AA				AA	A	AA		AA	A	A	

\* 25/6/2005 · Optimierung möglich

# Kein systematisches Nachfassen

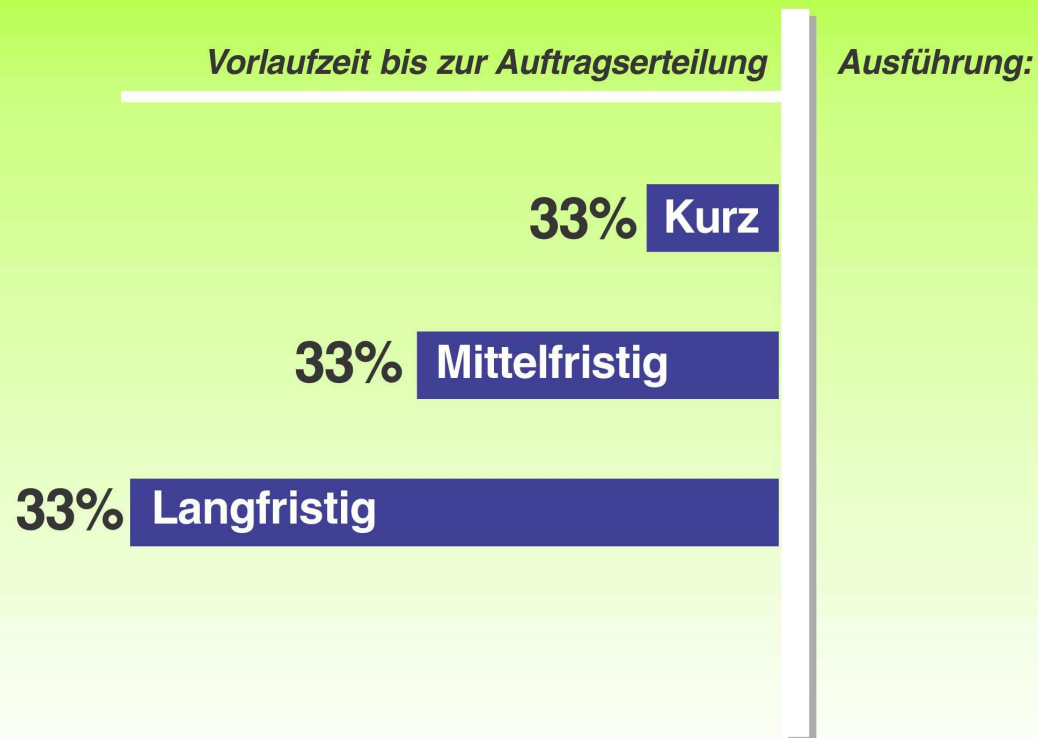
**JOINTMARKETING**  
CONSULT

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

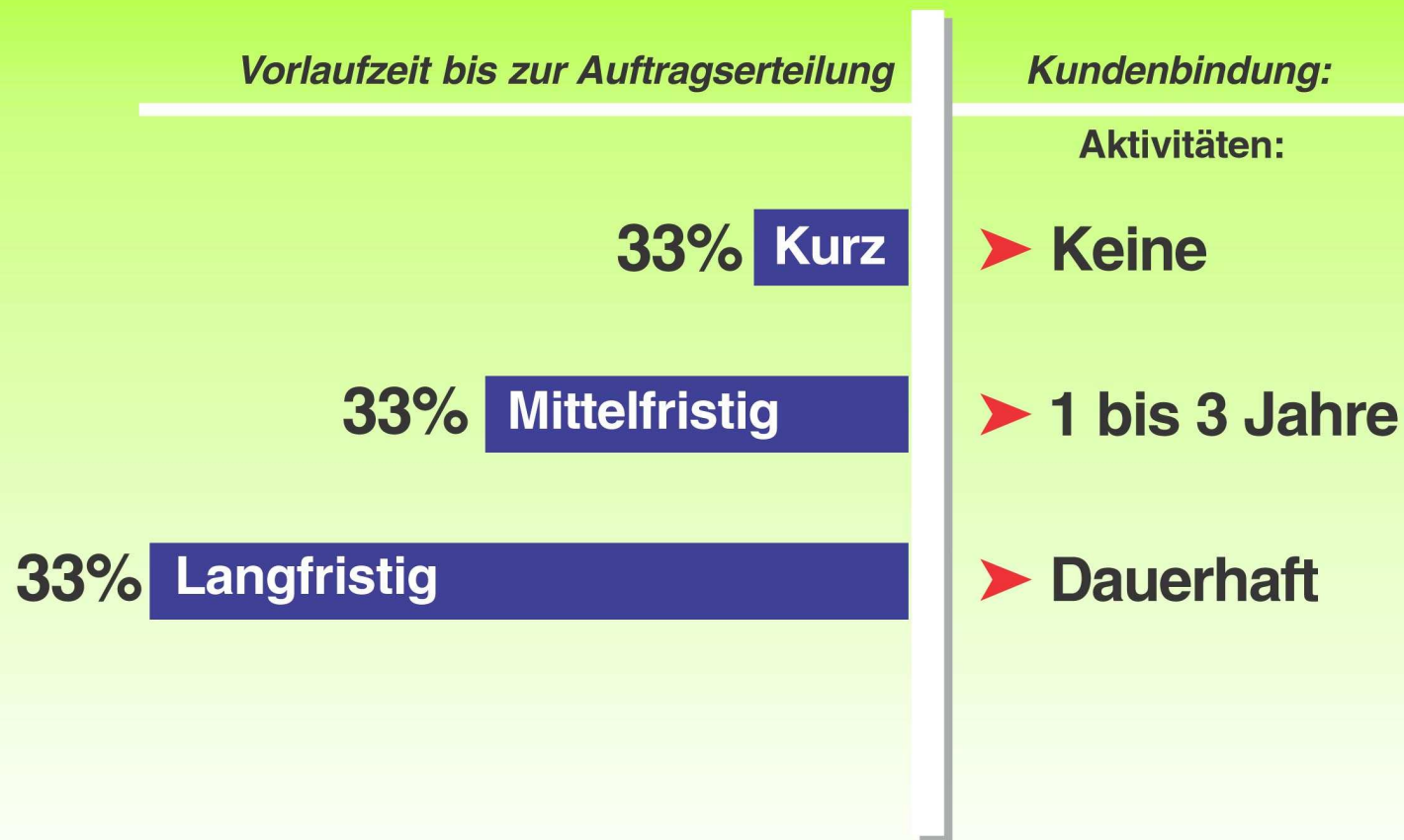


# Erhöhen Sie die Frequenz

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



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





[www.marketingtip.de](http://www.marketingtip.de)

twitter

marketingprofi

XING 

facebook

# Gute Geschäfte

**JOINTMARKETING**  
CONSULT



# 7 wichtig(st)e(n) Marketingfehler

**Sternstunde für  
Unternehmer**

**JOINT**MARKETING  
CONSULT

**Dipl.-Betriebswirt  
Christian Görtz**

- **Kein Testen**
- **Kein einzigartiges Verkaufsmerkmal**
- **Nicht das gesamte Geschäftspotential berücksichtigt**
- **Keine Orientierung auf die Bedürfnisse**
- **Zu wenig Kooperation**
- **Kein Marketingplan**
- **Kein Nachfassen**