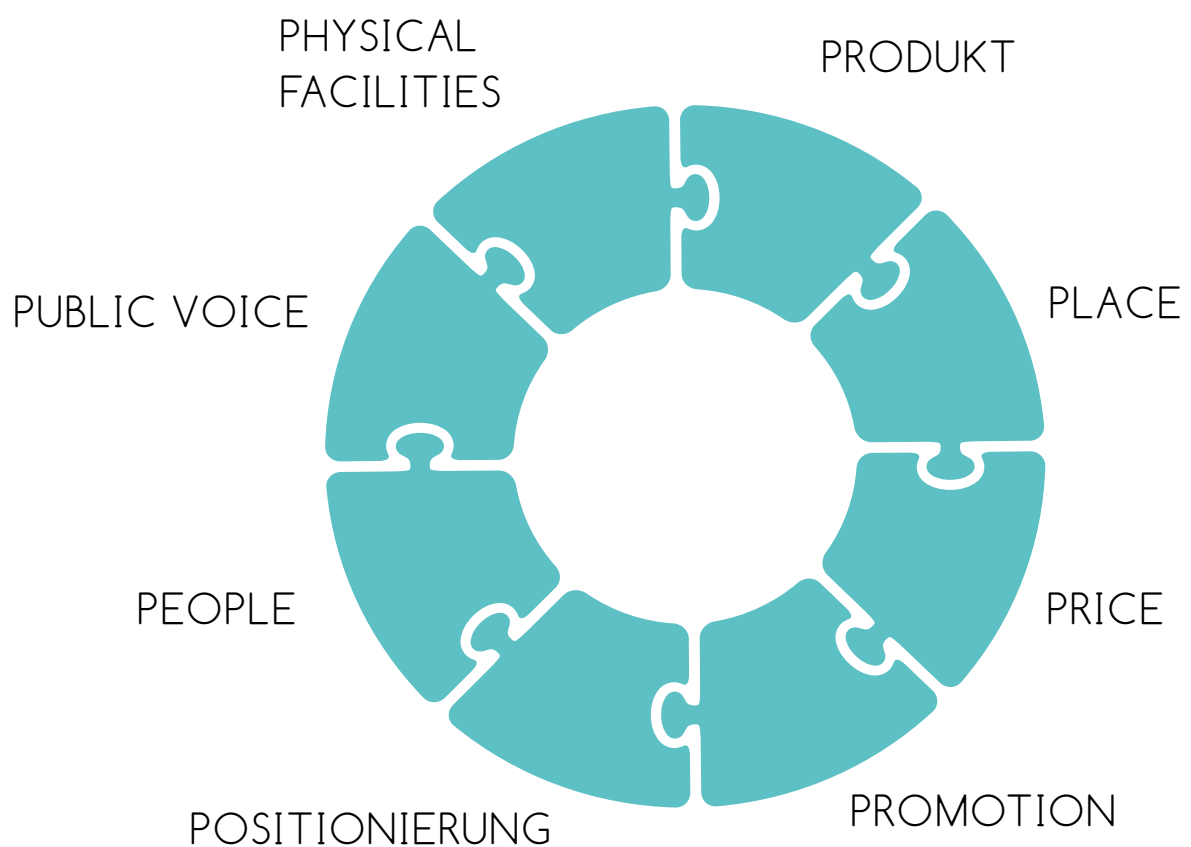


MARKETING MIX

Die 8 P's

Wer die Instrumente des Marketings richtig nutzt, kennt frühzeitig den Wert seiner Geschäftsidee und die Wünsche der Kunden. Hier erfährst Du, auf was es bei einem Marketingmix ankommt und wie Dir die P's helfen, richtig durchzustarten.



Produkt

Was braucht der Markt wirklich?

.....

.....

Welches Problem löst Dein Produkt / Deine Dienstleistung?

.....

.....

Welche Produkte könntest Du noch / zusätzlich anbieten?

.....

.....

Wie innovativ sind Deine Produkte? Bist Du fit für die Digitalisierung bzw. wie kannst Du Deine Angebote in die Online-Welt bringen (App, Online-Vertrieb, Webshop ...)?

.....

.....

Du solltest alle 6 Monate ein neues Produkt für Deine Fans herausbringen. Was könnten Deine Stammkunden noch brauchen?

.....

.....

Place – Wo kann man Deine Produkte kaufen?

Wo solltest Du Deine Produkte idealerweise verkaufen? Wie kommt der Kunde an Deine Ware? (Eigenes Ladengeschäft, Webseite, Homeoffice, Franchise, Webshop, Amazon, Ebay, Direktvertrieb, Einzelhandel, Großhandel, Groupon, MLM, Digistore24, My Hammer ...)? Notiere Vertriebskanäle, die für Dein Unternehmen sinnvoll erscheinen.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Was kannst Du tun, damit der Place / Standort attraktiv für Deine Zielgruppe ist?
(Parkplätze, Infrastruktur, Erreichbarkeit, ...
oder im Bereich Online: wie wird dein Onlineshop noch nutzerfreundlicher?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Price – Preisstrategie

Was sollen Deine Produkte kosten?

Biete verschiedene Preiskategorien an. Denke zum Beispiel an ein Hotel. Es gibt Standard-Zimmer, Premium-Zimmer und ein paar sehr exklusive Suiten. Vielleicht macht es in Deinem Bereich auch Sinn solche Unterschiede zu machen.

Produkt A

Produkt B

Produkt C

Produkt D

Wo liegt Dein Sweetpoint? Finde heraus was ein idealer Preis ist, den Kunden bereit sind für Deine Produkte und Dienstleistungen zu bezahlen. Beispiel: Massage im Wellnessbereich für 39 Euro und 169 Euro.

.....
.....

Welche Zahlungsart willst Du anbieten, um es Deinen Kunden noch leichter zu machen? (Kreditkarte, Rechnung, Raten, Skonto, Paypal, Vorkasse ...)

.....
.....
.....
.....

Promotion – Vermarktung und Werbung

Nur wer Dein Produkt kennt, kann es kaufen! Überlege, wie und wo Du Deine Angebote vermarkten kannst.

Wo finde / treffe ich meine Zielgruppe / Traumkunden? Wo könntest Du Werbung machen und Dein Produkt anbieten? (Social Media, im Golfclub, welche Netzwerke, Kongresse, Messen, Events, Geschäfte)

.....

.....

.....

.....

Mit welcher Kernbotschaft gehe ich an den Markt? Bringe Deinen Kundennutzen in einem Satz auf den Punkt. (Apple für den iPod: 1.000 Songs in Deiner Hosentasche)

.....

.....

.....

Für Pressearbeit: Welche Zeitschriften / Foren / Blogs / Podcasts lesen / hören Deine Traumkunden? Wo möchtest Du Pressemeldungen / Gastartikel platzieren?

.....

.....

.....

Positionierung – Deine Position am Markt

Wie grenzt Du dich von Deinem Wettbewerb klar ab? Was sind Deine Stärken und Besonderheiten?

.....
.....

Beispiel Bier: Es gibt klare Unterschiede beim Marketing von Bieren. Paulaner wirbt völlig anders als Becks. Und Becks wirbt völlig anders als Corona. Corona wirbt völlig anders als Jever. Jede Marke hat seine Position am Markt gefunden. Wo ist Dein Platz gegenüber Deinen Marktbegleitern? Welche Story kannst Du nutzen und besetzen?

.....
.....
.....

Mit welchen Bildern bringt man Deine Marke in Verbindung? Die Kirsche, das grüne Segelschiff, die lila Kuh und das Goldene M ist schon vergeben. Wie könntest Du eine Position visualisieren? Sei kreativ und denke „um die Ecke“.

.....
.....

Wie lautet Dein Slogan? Wie kannst Du in einem Satz Dein Tun zusammenfassen? (Freude am Fahren, Vorsprung durch Technik, die zarteste Versuchung seit es Schokolade gibt, ...)

.....
.....

People – Menschen kaufen von Menschen

Bist Du ein leidenschaftlicher Verkäufer? Bzw. hast Du leidenschaftliche Verkäufer, die Deine Produkte anpreisen? Bist Du zu 1.000 Prozent von Deinem Produkt und dem Nutzen für Deinen Kunden überzeugt? Hast Du die nötige Erfahrung, Kompetenz, Glaubwürdigkeit, Selbstvertrauen und Energie, um Deine Produkte an den Mann / die Frau zu bringen? Falls nein, was musst Du noch lernen oder brauchst Du dafür? (Fachliches Wissen, verkäuferisches Wissen?)

.....

.....

Der erste Eindruck zählt. Wie kann ich noch besser auch non-verbal kommunizieren? (Kleidung, Haare, Wortwahl, Sauberkeit im Büro, zuhören ...)

.....

.....

Bist Du ein Vorbild für Deinen Berufsstand? Friseur mit ungepflegten Haaren, Stressmanager, der zu spät kommt, Webdesigner, mit altbackener Webseite. Ich erlebe hier die wildesten Sachen und wundere mich, warum sich die Unternehmer wundern, dass keine Kunden kommen. :) Lebst Du vor, was Du anbietest? Wie könntest Du ein noch besseres Vorbild werden?

.....

.....

Was kannst Du tun, damit es Deinem Kunden NACH einem Kontakt mit Dir besser geht als vorher? Sei im Kundenkontakt energiegeladen, positiv, klar und lösungsorientiert.

.....

.....

Public Voice – Was andere über dich sagen

Der Titel des Buches „Dein guter Ruf verkauft und sonst nichts“ bringt das Thema ziemlich treffend auf den Punkt. Es ist nicht nur wichtig, dass Du gute Arbeit ablieferst. Es ist auch wichtig, was andere über dich sagen, wenn Du nicht dabei bist. Wirst Du in höchsten Tönen gelobt oder wird Kunden eher von einer Zusammenarbeit abgeraten?

Wie kannst Du Dein Image / Deine Reputation (noch) verbessern? (Bessere Fotos, bessere Webpage, bessere Qualität, schnellerer Service, bessere Kleidung, bessere Kommunikation, bessere Zahlungsmoral, höherer Zuverlässigkeit ...)

.....

.....

.....

Was kannst Du Deiner Zielgruppe liefern, damit Sie positiv über dich und Dein Unternehmen spricht? Liefere proaktiv Geschichten zum Erzählen, Posten und Liken!

.....

.....

.....

Wie kannst Du mehr Empfehlungen forcieren? Notiere Ideen für Mund-zu-Mund-Propaganda oder wie man heute sagt: Word-of-Mouth-Marketing. Notiere mindestens 3 Personen, die Du noch diese Woche um eine Empfehlung bitten kannst.

.....

.....

.....

.....

Physical Facility – Wohlfühlambiente und Design

Gibt es ein Wohlfühlambiente in Deinem Büro oder Geschäft? Wie könntest Du den Aufenthalt angenehmer, schöner, positiver, gesünder oder liebevoller gestalten? (Farben, Licht, Materialien, Bilder, Möbel, Beschilderung ...)

.....

.....

.....

Spiegelt sich Dein Design in Deinem Büro / Geschäft / Shop wieder? Kann man ohne ein Logo zu sehen, spüren in welcher Firma man ist? Schaffe mit Bildern, Farben und Schriften einen Wiedererkennungseffekt.

.....

.....

.....

Was kannst Du bieten, um Deinen Besucher / Gast / Kunden positiv zu stimmen und zu begeistern? Was erwartet er nicht bzw. womit kannst Du ihn überraschen? (Willkommensschild, Getränke, kleines Geschenk, Privatsphäre, Parkplatzreservierung, Lieblingsmusik ...)

.....

.....

.....

.....