



Marketing - erfolgreich im Markt positionieren und agieren

vorgelegt von:

ExperConsult
Unternehmensberatung GmbH & Co. KG
TechnologieParkDortmund
Martin-Schmeißer-Weg 12
44227 Dortmund
Tel: +49 / 2 31 / 7 54 43 - 2 30
Fax: +49 / 2 31 / 7 54 43 - 27
E-Mail unternehmensberatung@experconsult.de
Internet www.experconsult.de

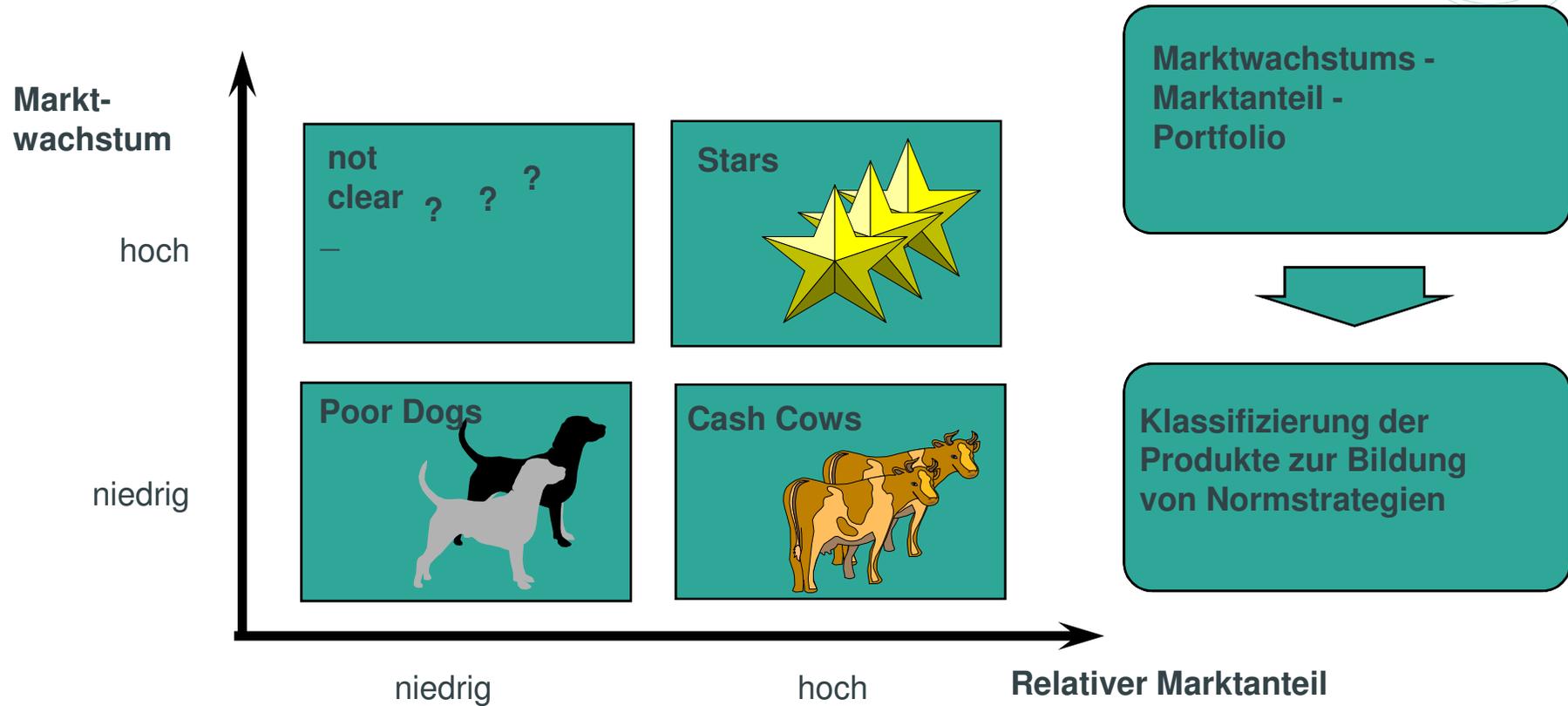
Ansprechpartner:
Dipl.-Ökonom Jürgen Keil
Dr. Hinrich Steffen

Mai 2016

Marketingstrategie (1/3)

Entwicklung einer Marktstrategie: Einordnung der Marktsituation

BCG Portfolio



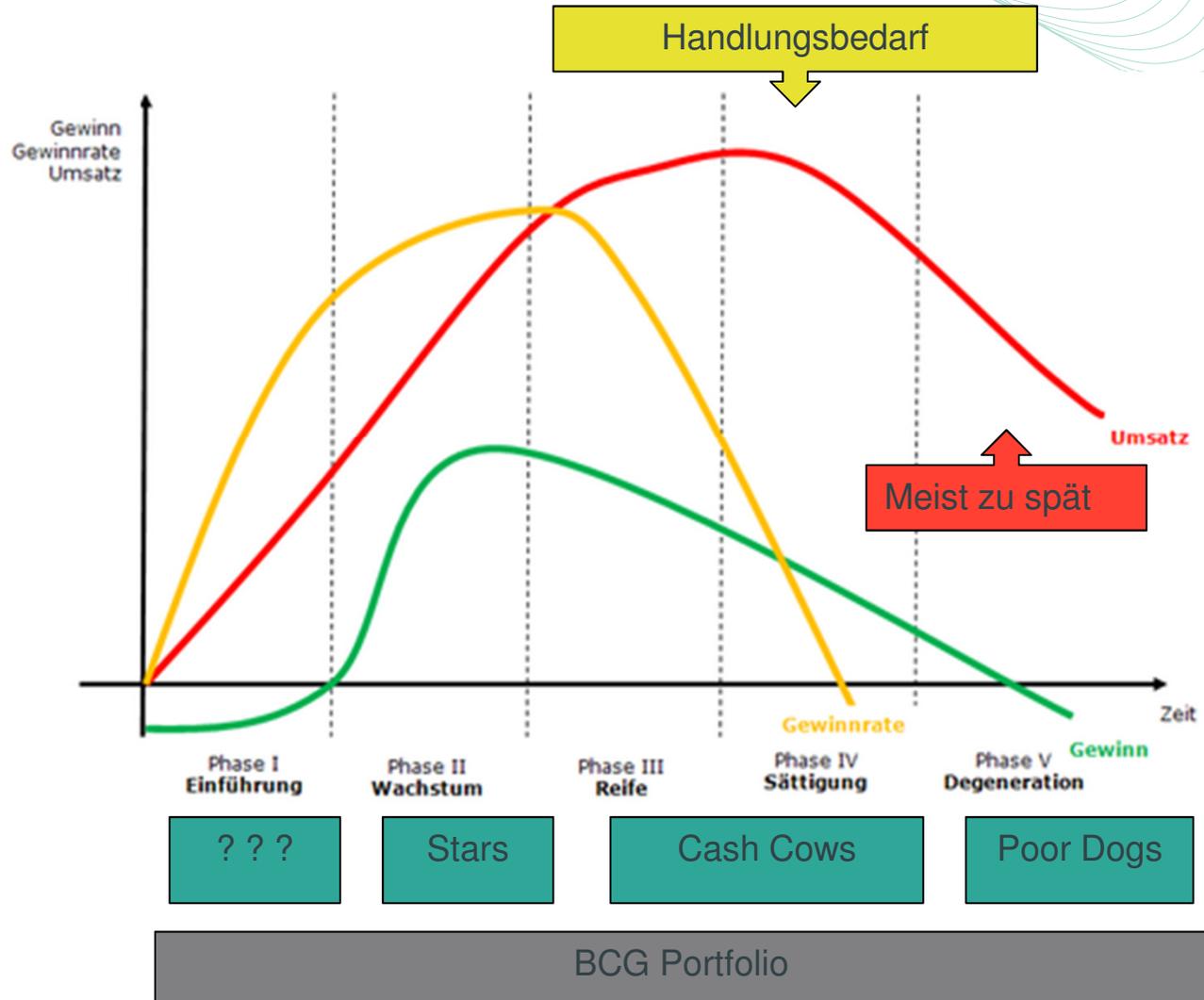
= Eigener Marktanteil, bzw. Eigener Umsatz / Marktanteil, bzw. Umsatz des stärksten Konkurrenten

Marketingstrategie (2/3)

Entwicklung einer Marktstrategie: Entwicklungssituation von Produkten

Zur Bestimmung der Situation, in der sich Produkte, Dienstleistungen oder auch ganze Branchen ist die Betrachtung des Lebenszyklus ein gängiger Ansatz.

Es besteht eine Korrespondenz zum BCG Portfolio und sowohl die Lebenskurve als auch das BCG Modell signalisieren deutlichen unternehmerischen Handlungsbedarf.



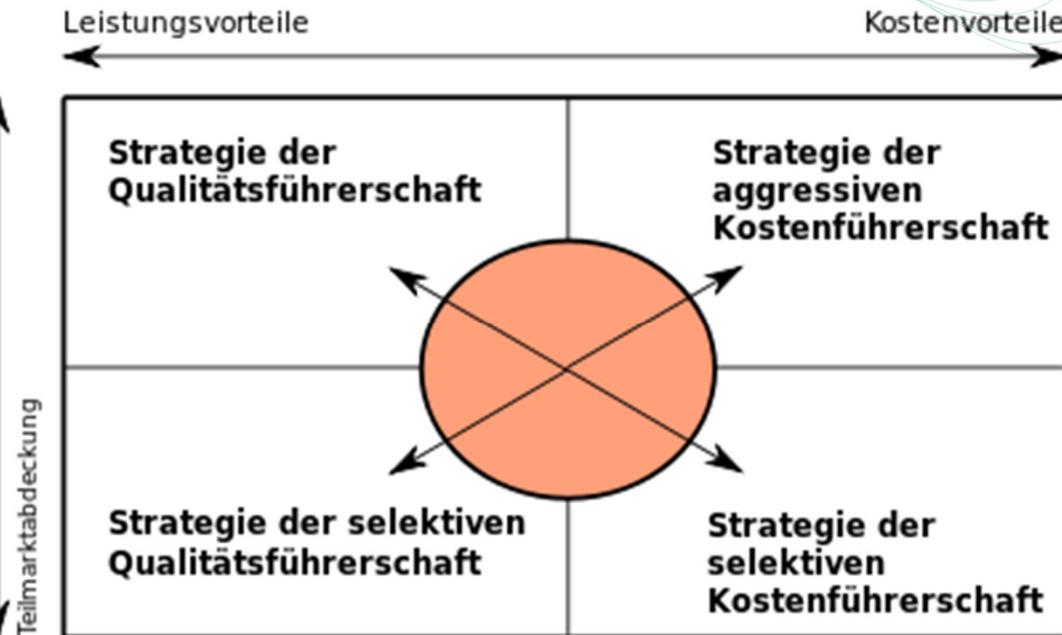
Marketingstrategie (3/3)

Entwicklung einer Marktstrategie: Wettbewerbsstrategien nach Porter

Mit Bezug auf das BCG Portfolio (Cash Cows) und in der Phase der Reife und Sättigung versuchen Unternehmen die Strategie der Kostenführerschaft zu fahren, was meist auch mit z. T. erheblichen Konzentrationsprozessen am Markt einhergeht.

Junge Unternehmen und junge Produkte (Stars) versuchen eher eine „Qualitätsführerschaft“ zu erreichen.

In mehreren von uns durchgeführten Evaluierungen von F&E-Förderprogrammen hat sich bestätigt, dass innovative Unternehmen überdurchschnittlich profitabel sind.



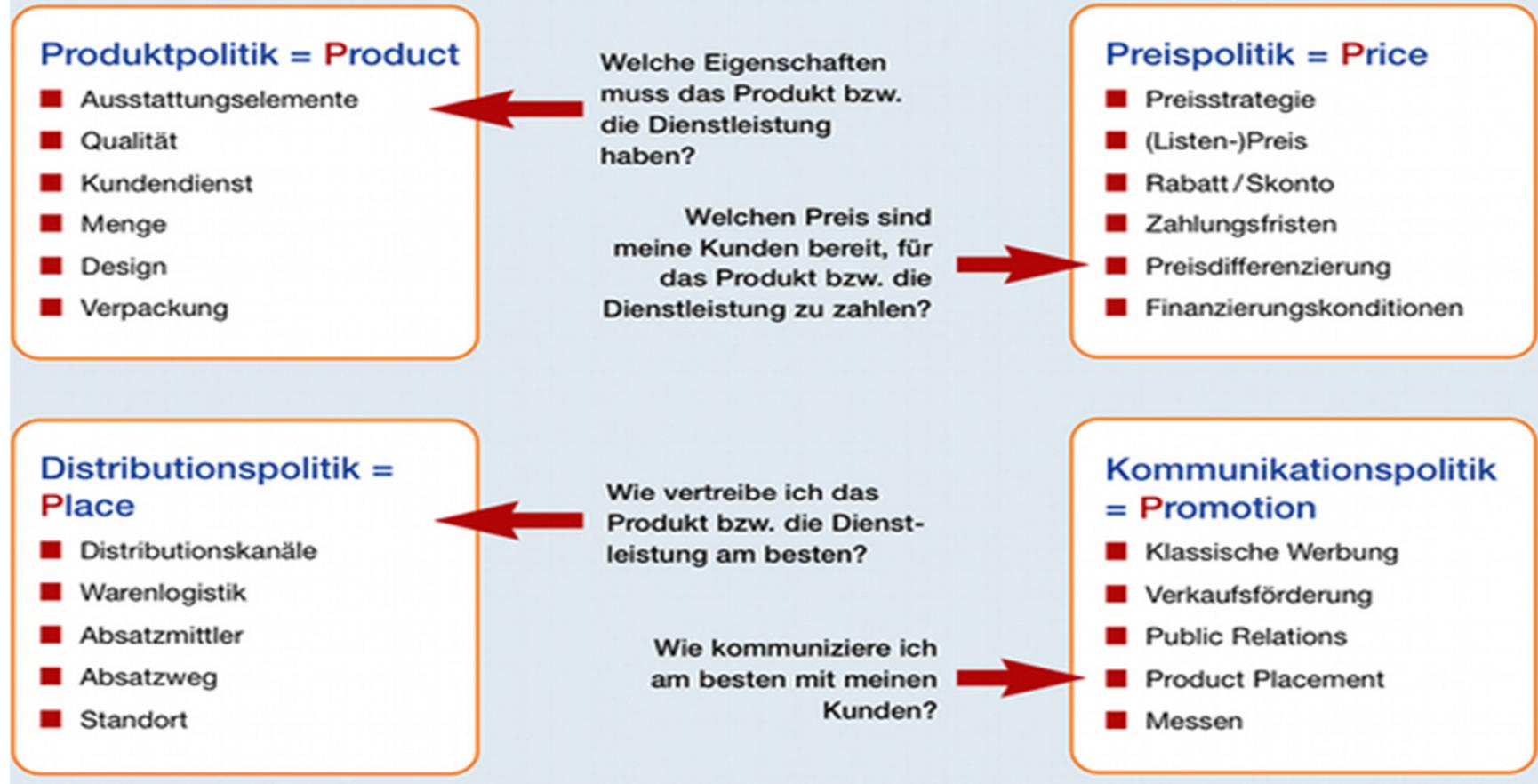
Qualitätsführerschaft kann auch Technologieführerschaft oder Serviceführerschaft (IBM means Service) bedeuten. Eine spezielle Gruppe sind die „Hidden Champions“, vereinfacht mittelständische Weltmarktführer in einer Nische (Technologie, Prozess). Eine andere kleine Gruppe sind Markenführer (z. B. Apple).

➔ Die rechtzeitige Fortentwicklung der Marketingstrategie kostet Investitionen und das mit dem „wer zu spät kommt oder handelt“ ist bekannt.

Marketing-Mix

Der Marketing-Mix: Die „4 P“ zur strategischen Planung und Analyse

(Büchner in starting up der Commerzbank)



Der Marketing-Mix ist sozusagen das Handwerkszeug des Marketiers, mit dem der oder die Zielmärkte bearbeitet werden. Nach der Grundlogik des Marketing und der Entwicklung der Strategie beginnt hier der Bereich des taktischen und operativen Marketings.

Bedeutung von Marken

Marken-Pyramide

DREAM / VISION
Wir glauben daran, die Welt verbessern zu können.
Wir laden Sie ein, es gemeinsam mit uns zu tun.

VISION / ZUKUNFTSWERTE
Unternehmen + Kunden motivieren, daran teilzuhaben

Differenzierung

INSPIRATION
Eine wirkliche soziale / marktmäßige Kraft
Sie verbessern wirklich alles! Ich fühle mich aufgeladen / inspiriert! Ich möchte ein Teil davon sein!

INSPIRATION, GEFÜHL, ERFAHRUNGSWERTE

EMOTIONALE WERTE

RATIONALE WERTE

DIE ARBEIT / DAS LEBEN VON KUNDEN VEBESSERN
in allen (...) Bereichen (definieren),
höchst effizient, wirtschaftlich,
verlässig, etc.

**AUTORITAT
FUNKTIONALE
WERTE
KONVENTIONELLE
USP**

**STANDARD
SELBSTVERSTÄND-
LICHKEITEN**

INNOVATIVE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN
die aktuell und zukünftig weiter zu entwickeln sind,
in Übereinstimmung mit unserer Vision, als der anfassbare
Beweis, dass wir auf dem Weg sind, unseren Traum zu verwirklichen

**SICHERHEIT
MERKMALE
PRODUKTE
DIENST-
LEISTUNGEN**

KONTEXT: DER MARKT, DIE GESELLSCHAFT, DIE WELT

Haben Sie Fragen? Kontaktieren Sie uns!

ExperConsult Unternehmensberatung GmbH & Co. KG

Geschäftsführung:

Diplom-Ökonom Jürgen Keil
Diplom-Bankbetriebswirt Kevin Ruths

Büro Dortmund:

Martin-Schmeißer-Weg 12, 44227 Dortmund (TechnologiePark)
Tel.: +49 / 2 31 / 7 54 43 - 2 30, Fax.: +49 / 2 31 / 7 54 43 - 27
E-Mail: unternehmensberatung@experconsult.de

Büro Rhein / Main:

Gaustraße 1 - 7, 55411 Bingen am Rhein
Tel: +49 / 67 21 / 9 94 50 - 23
E-Mail: k.ruths@experconsult.de

Büro Bremen:

Schwachhauser Ring 80, 28209 Bremen
Tel.: +49 / 4 21 / 3 49 85 46, Fax.: +49 / 4 21 / 34 74 84 63
E-Mail: hc.steffen@experconsult.de

