

Unternehmen im Prozess

Damit Marketing und Werbung funktionieren kann, ist es unabdingbar, dass Du Dein Unternehmen kennst und alles, was dazu gehört. Es ist wichtig, zu jedem der folgenden Fragen etwas sagen zu können. Deine Mitarbeiter sollten diese Fragen ebenso beantworten können. Würden der Fragebogen von Dir und Deinen Mitarbeitern schriftlich beantwortet, sollten am Ende vergleichbare Antworten als Ergebnis herauskommen.

Sieh diesen Fragebogen als Reflexion. Du kannst daraus lernen und Dich zu entwickeln. Überall dort, wo sich am Ende unbeantwortete Fragen finden, hast Du eine Möglichkeit geschaffen in die Klarheit zu kommen. Gerne in Begleitung von SinnREICH.

Situations-Analyse

1. Kannst Du über die folgenden Informationen Ihres Unternehmens klar Auskunft geben?

- Unternehmensstrategie
- Marktstellung
- Produkt- und Dienstleistungssortiment
- Preise und Konditionen
- Bisherige Kommunikations-Strategie und Maßnahmen
- Distribution

2. Kennst Du Deinen Markt?

- Konkurrenzsituation (bitte realistisch)
- Marktgrößen
- Trends
- Umweltfaktoren: wirtschaftlich, technisch, politisch-rechtlich, sozial, ökologisch

3. Kennst Du Deine Kunden?

- Merkmale der bestehenden und potentiellen Kunden: Sozio-demografische, psychologische
- Kaufverhalten: warum, wann, wie oft, wieviel pro Kauf, wo wird gekauft?
- Hemmfaktoren: warum kaufen potentielle Kunden nicht bzw. nicht unsere Produkte?
- Opinion Leaders (Meinungsführer)

*für Unternehmerinnen
und Frauen*

Werbe- und Kommunikationsziele

1. Was sind die Ziele Deiner Werbung/Kommunikation?

- Bekanntheit
- Wissensvermittlung
- Image (=Einstellung, Empfinden)
- Verhalten
- Absatz

2. Kennst Du Deine Werbeziele?

- Rückläufe, InteressentenInnen-Gewinnung, Neukundengewinnung, Reaktivierung ehemaliger Kunden, Zusätzliche Aktivierung von bestehenden Kunden, Steigerung der Marken- und Produkttreue, Änderung von Einstellungen und Gewohnheiten, Verbesserung der Kooperationsbereitschaft von Partnern / externen Meinungsbildnern, etc.

3. Kennst Du Raum und Zeit?

- Wie lange soll geworben werden?
- Wo? Geographische Schwerpunkte?

Copy- und Gestaltungsplattform

1. Strategie-Ansatz

- Hast Du eine Vorstellung vom grundsätzlichen Vorgehen?

2. Produktpositionierung

- Wie Dein Produkt gegenüber Konkurrenzprodukten im Markt positioniert?
- Welches ist Dein unverwechselbares Produktportfolio?
- Welche einzigartigen Stärken sind vorhanden?

3. Alleinstellungsmerkmal

- Was ist Dein einzigartiges Werbeversprechen oder Dein spezieller Ansatz? Das muss nichts außergewöhnliches sein, aber etwas, das Dein Unternehmen oder Dein Produkt/Dienstleistung auszeichnet.
- Warum soll der Kunde bei Dir kaufen?
- Zusätzliche Nutzen
- Zusätzliches Kaufmotiv

*für Unternehmerinnen
und Frauen*

4. Tonalität / Sprache

- Wie möchtest Du Deine Kunden ansprechen? Originell, informativ, sachlich, kreativ, unterhaltsam, emotional, frech, verrückt, zukunftsorientiert, nostalgisch, Live-Style, plakativ, modern, fordernd, aggressiv, innovativ, Scheinwelt, Widerspiegelung von Alltagssituationen, prestigeorientiert, etc.

5. Vision und Mission

- Gibt es eine formulierte Vision und Mission?

Und DU...

1. Was bedeutet Dir Geld und wie stehst Du zu Geld?

- Prüfe Deine Glaubenssätze und Deine Stundensätze!

2. Wie stehst Du zum Thema Scheitern?

- Ist Scheitern für Dich ein Thema?
- Bist Du ein „Stehauf-Weibchen“?
- Bist Du bereit Deine Überzeugung immer und immer wieder ins Leben zu holt?

3. Wo sind Deine Kraftquellen

- Wo sind Deine Kraftquellen (Ressourcen)
- Was tust Du, um zu neuen Ideen zu kommen
- Was tust Du für Deine Kunden?
- Was tust Du für Dich?
- Spielst Du auf DEINEM Spielplatz?

*für Unternehmerinnen
und Frauen*



Lass von Dir hören
- Newsletteranmeldung -

SinnREICH – Spirituelles Marketing

Katja Oestreicher | Scheffelstraße 13 | 69469 Weinheim

katja@sinnreichmarketing.de | www.sinnreichmarketing.de