



Die Betriebsberatung informiert zum Thema

Erfolgsfaktor Marketing



Rechtlicher Hinweis: Dieses Merkblatt gibt als Serviceleistung Ihrer Kammer nur erste Hinweise und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl dieses Merkblatt mit größter Sorgfalt erstellt wurde, kann keine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit übernommen werden.

Persönliche Beratung wird empfohlen.



Erfolgsfaktor Marketing – So machen Sie es richtig!

Marketing umfasst alle Ihre unternehmerischen Tätigkeiten auf dem Markt. Durch die Digitalisierung, die Markttransparenz und die steigende Konkurrenz holen sich Ihre Kunden zahlreiche Informationen und Vergleiche im Internet ein – Kann sich Ihr Betrieb hier behaupten?

„**Klappern gehört zum Handwerk**“ – Richtig! - Zeigen Sie was Sie können, machen Sie auf sich aufmerksam. Internet und soziale Medien liefern die entscheidenden Instrumente für erfolgreiches Marketing. Es ist für Sie wichtig, die bestehenden Kunden zu behalten und neue Kunden effektiv zu generieren. Dabei ist der Kunde nicht mehr nur Kunde, sondern aktiver Partner, der Ihre Tätigkeiten entscheidend beeinflusst. Passen Sie sich den Kundengewohnheiten an und werden Sie aktiv.

Marketingkonzept – Warum und was hat Ihr Unternehmen davon?

Ohne Konzept verpuffen rund ein Drittel Ihrer Werbegelder. Marketing bedeutet auch verkaufen. Selbst mit dem innovativsten Produkt oder der kundenorientiertesten Dienstleistung kommen sie nicht weiter, wenn Sie niemand kennt.

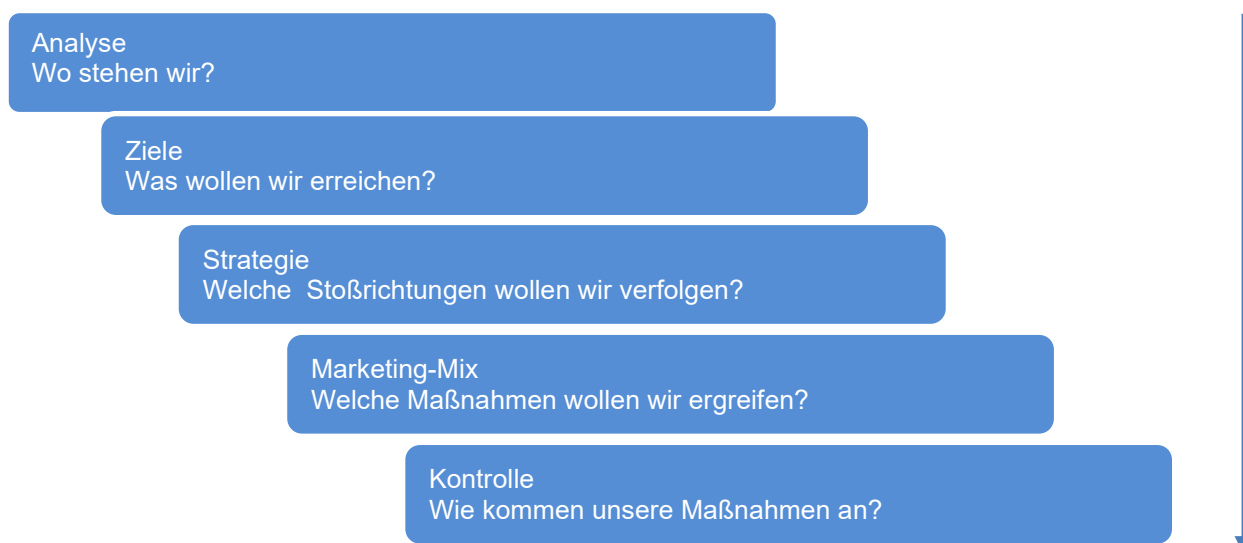
Ein gut funktionierendes Marketing wirkt sich immer positiv auf Ihr Unternehmen aus!

- Ihr Bekanntheitsgrad und Ihr Image steigen und letztendlich auch Ihr unternehmerischer Erfolg
- Die Mitarbeitergewinnung wird leichter, Sie werden positiv von außen und von innen wahrgenommen
- Die Mitarbeiter sind zufrieden – Sie identifizieren sich mit Ihrem Betrieb
- Die Unternehmenskultur wird gelebt, das Arbeitsklima und die Zusammenarbeit werden gestärkt und gefördert
- Die Rentabilität wird verbessert, Sie arbeiten erfolgreicher am Markt

Starten Sie noch heute Ihr Marketingkonzept, denn nur so kommen Sie erfolgreich zum Ziel!

Ablauf

Folgende Abbildung zeigt Ihnen, wie der Ablauf eines Marketingprozesses im Idealfall aussehen kann. Marketing beginnt mit einer Analyse über die Festlegung von Zielen bis hin zur Kontrolle.





Unternehmensleitbild

Ein Unternehmen sollte seine Werte nach außen und innen kommunizieren. Hierbei ist folgendes zu beachten: Unternehmensleitbilder dokumentieren, wofür ein Unternehmen steht. Sie müssen innerhalb und außerhalb des Unternehmens kommuniziert werden, um ihre Wirkung zu entfalten.

- Was ist unsere Vision?
- Wofür steht unser Unternehmen?
- Soll hochwertige Qualität, Individualität oder mehr das Mengengeschäft im Vordergrund stehen?
- Wie können wir uns von Wettbewerbern unterscheiden?
- Wo werden die Stärken und Schwächen unseres Unternehmens liegen?
- Warum soll der Kunde ausgerechnet zu uns kommen (Alleinstellungsmerkmal)?
- Welchen Stellenwert haben Kundenfreundlichkeit und Service?
- Welche Grundauffassungen und Werte wollen wir vertreten?
- Wie ist unser Umgang mit Mitarbeitern, Kunden und der Umwelt?

Marktanalyse hinsichtlich der Digitalisierung

In der Marktanalyse betrachten Sie den aktuellen Markt, speziell die vorhandenen Angebote, Kunden und Mitbewerber.

Jedoch leben wir in einer sehr schnellen Zeit, in der soziale Medien eine große Rolle spielen. Circa 58 Millionen Menschen in Deutschland besitzen ein Smartphone und rund 38 Millionen Menschen in Deutschland nutzen aktiv die sozialen Medien wie Instagram, Facebook, Twitter, TikTok etc.

Erstellen Sie sich zunächst einen Überblick wer Ihre Zielgruppe sein soll. Möchten Sie eher ältere Menschen ansprechen, wäre es besser diese Kunden mit einem Flyer oder einem Werbebrief über Ihr Aufgabenfeld zu informieren. Sind jedoch jüngere Menschen Ihr Kundengebiet, zögern Sie nicht und kreieren Ihre eigene Facebook- oder Instagram-Seite. Posten Sie regelmäßig „Storys“ oder kleine Beiträge, um Ihre Community immer weiter zu vergrößern. Zeigen Sie anhand von interessanten Videos Ihr Aufgabengebiet. Machen Sie Ihrer Community klar, dass Ihnen die Arbeit Spaß macht. Nur so können Sie erfolgreich Marketing betreiben.

Eine Homepage, Werbeflyer, Plakate etc. sollten professionell erstellen lassen, um Ihre Kunden auf sich aufmerksam zu machen.

Homepage

Jeder Betrieb sollte eine Homepage haben, die professionell erstellt worden ist. Folgende Punkte gibt es hierbei zu beachten:

- Was machen wir?
- Wer sind wir?
- Wie sind wir erreichbar?
- Wo sind wir?
- Was macht uns besonders?

Weiterhin sollte Sie einen aktuellen Google Business Eintrag haben. Er ist **kostenfrei** und Ihnen hilft, von möglichen neuen Kunden gefunden zu werden.



Social Media

Nur wer wirklich Zeit investieren möchte, sollte Social Media nutzen. Auch hier gibt es wichtige Punkte zu beachten, die einen erfolgreichen Auftritt beeinflussen:

- Ein eigenes Businessprofil erstellen
- Aktuell bleiben
- Eigenen Stil haben
- Reale Fotos zeigen
- Die wirkliche Arbeitswelt zeigen
- Kontaktmöglichkeit schaffen
- Eigene Nische finden

Die Digitalisierungsberater beraten Sie ausführlich und kostenfrei zu folgenden Fragestellungen:

- Check der Internet-Präsenz: Website, Onlineshop etc.
- Datenschutz und -sicherheit
- Optimierung und Digitalisierung der Geschäftsprozesse in Werkstatt und Büro
- Erstellung digitaler Geschäftsmodelle: Produkte und Dienstleistungen digitalisieren

Ihre Digitalisierungsberater der Handwerkskammer Koblenz erreichen Sie unter folgender Rufnummer: 0261/398-594 oder 0261/398-596.

Weitere Einflussfaktoren für den Betriebserfolg

Der Betriebserfolg wird in erheblichem Maße beeinflusst von Überlegungen, die ausgerichtet sein sollten auf:

- **50 %** Marketing, Digitalisierung, Kundenbetreuung, Lieferservice
- **30 %** Qualität
- **20 %** Preis/Sortiment

Nur wenn Ihr Betrieb und Ihre Kunden zusammenpassen, können Sie optimale Leistungen erbringen.

Das Budget

Der Budgetrahmen für Marketingausgaben, wobei Werbung und Kommunikation den Hauptteil bilden, ist nicht pauschal festlegbar. I.d.R. sollten Sie sich an Ihrem Umsatz orientieren und einen Prozentsatz Ihres Umsatzes in das Marketingbudget investieren. Unter nachfolgendem Link können Sie sich einen Branchenvergleichswert einholen, um eine ungefähre Richtlinie zu haben:

<https://www.vr-bankmodul.de/wbplus/vr-gruendungskonzept/index.php?bankname=&blz=000>

Kalkulatorisch können Sie alternativ 5-15 % des Umsatzes einplanen. Beachten Sie bitte, dass sich das Marketingbudget je nach Branche, Größe des Unternehmens und Geschäftsmodell sehr unterscheidet.

Die Ziele

In diesem Schritt geht es um die Festlegung von Zielen. Nicht nur Ziele, die Sie mit Ihren Marketingmaßnahmen erreichen möchten, sondern auch an wen Sie Ihre Maßnahmen richten wollen. Beginnen Sie mit einer Zielgruppenanalyse.

Marktsegmentierung – Wer sind Ihre Kunden?

Die Zielgruppenanalyse ist die Grundlage einer erfolgreichen Kundenorientierung. Nachdem Sie sich in der Analysephase einen Überblick über den Markt und Ihr Unternehmen verschafft haben, sollten Sie konkret Ihre gewünschte Zielgruppe definieren, also eine Marktsegmentierung vornehmen.

Wie zeichnen sich Ihre Kunden aus? Welche Merkmale und Eigenschaften haben diese? Grenzen Sie Ihre gewünschte Zielgruppe soweit als möglich ein und erstellen Sie ein Profil ihres klassischen Kunden. Ihre nachfolgenden Marketingmaßnahmen sollten sich stets an Ihre definierte Zielgruppe richten. Orientieren können Sie sich anhand folgender Kriterien:

Geographische Kriterien	<ul style="list-style-type: none">•Region•Wohnort•Gebietsradius
Demographische Kriterien	<ul style="list-style-type: none">•Alter•Geschlecht•Haushaltsgröße
Sozioökonomische Kriterien	<ul style="list-style-type: none">•Bildungsstand•Beruf•Einkommen
Psychologische Kriterien	<ul style="list-style-type: none">•Persönlichkeitsmerkmale•Interessen•Lebensstil, Kaufmotiv, Einstellung
Verhaltensbezogene Kriterien	<ul style="list-style-type: none">•Kauffreudigkeit•Preisklasse

Die Betriebsberater der Handwerkskammer Koblenz geben Hilfestellung und Tipps beim Aufbau einer Arbeitgebermarke, beim Aufbau eines Leitbildes sowie bei der Analyse, Konzeption und Umsetzung Ihrer Marketingaktivitäten.



Haben sie Fragen zum Thema oder benötigen Sie weitere Informationen? Wir beraten Sie gerne!

Beratung und Wirtschaftsförderung, Tel. 0261/398-251, beratung@hwk-koblenz.de



Beratung und Wirtschaftsförderung der HwK Koblenz

Unsere Berater, die durch den stetigen Dialog mit den Betrieben die regionalen Marktgegebenheiten, Besonderheiten und Probleme kennen, stehen Ihnen für individuelle und kostenfreie Beratungen zur Verfügung. Nutzen Sie das Wissen und die Praxiserfahrung der Kammerexperten in allen Fragen von der Existenzgründung bis zur Betriebsübergabe.

Beratung für das Handwerk

Gemeinsam stark!

Wir bieten Ihnen ein breites Spektrum an Themen, die für Sie und Ihren Betrieb interessant sind.

- Existenzgründung
- Betriebsübernahme
- Betriebsübergabe
- Betriebsbörse
- Unternehmensführung
- Investitionen
- Finanzierung, Bürgschaften, Rating
- Fördermöglichkeiten
- Liquiditätssicherung
- Marketing
- Personal/Fachkräfte
- Rechtsformen
- Patent- und Markenberatung
- EDV, Organisation
- IT-Sicherheit und Datenschutz
- Standort- und Marktdaten
- Schwachstellenanalyse
- Notfallmanagement
- Kooperationen
- Außenwirtschaft
- Altbausanierung/Denkmalpflege
- Technologie
- Technik und Arbeitssicherheit
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Energie und Umwelt
- Mediation

Die Beratung und Wirtschaftsförderung deckt die Vielfalt der Betriebsführung von der strategischen Ausrichtung bis zum akuten Notfall ab. Auch Fragen wie "Wie führe ich ein Bankgespräch?", "Wie lese ich eine BWA?", "Wie baue ich ein Energiemanagementsystem auf?" uvm. beantworten Ihnen unsere Berater gerne.

Beratung vor Ort – unser kostenloser Service

Immer in Ihrer Nähe beraten wir Sie in Ihrem Betrieb vor Ort oder an unseren Standorten in Koblenz, Bad Kreuznach, Bad Neuenahr-Ahrweiler, Cochem, Herrstein, Rheinbrohl, Simmern und Wissen.

Haben Sie Fragen zum Thema oder benötigen Sie weitere Informationen? Wir beraten Sie gerne!

Beratung und Wirtschaftsförderung, Tel. 0261/398-251, beratung@hwk-koblenz.de
Rechtsabteilung, Tel. 0261 /398 200, recht@hwk-koblenz.de





Die Beratung und Wirtschaftsförderung der HwK Koblenz bietet Merkblätter zu folgenden Themen an:

- Alternative Finanzierungsinstrumente
- Beschäftigung von Mitarbeitern
- Einsatz ausländischer Subunternehmer in Deutschland
- Erfolgsfaktor Marketing
- Existenzgründung im Nebenberuf
- Fachkräfte im Handwerk
- Familienfreundliche Betriebe
- Franchise im Handwerk
- Impressumspflicht
- Kooperationen im Handwerk
- Liquidität
- Mein Betrieb im Internet
- Mitarbeiterbeteiligung
- Mitarbeiterführung
- Notfallregelungen
- Rating: Worauf Banken bei der Kreditvergabe achten
- Rechtsformen im Überblick
- Unternehmerpflichten im Arbeitsschutz

Unsere oben genannten Merkblätter finden Sie auf unserer Internetseite unter www.hwk-koblenz.de > Service-Center > Formulare und Downloads > Betriebsführung

Gerne schicken wir Ihnen die gewünschten Merkblätter auch per Post zu:

Senden Sie uns dafür das Formular ausgefüllt an beratung@hwk-koblenz.de

Betrieb

Name, Vorname

PLZ/Ort

Straße

Telefon

Mobil

E-Mail

Haben Sie Fragen zum Thema oder benötigen Sie weitere Informationen? Wir beraten Sie gerne!

Handwerkskammer Koblenz – Beratung und Wirtschaftsförderung, Tel. 0261/398-251, beratung@hwk-koblenz.de, www.hwk-koblenz.de

