

die 10 Todsünden im Marketing

Checkliste

Ausgangslage

Das Marketing sollte die Geschäftsstrategie Ihres Unternehmens bestimmen. Richtig und effizient umgesetzt trägt Marketing zum Erfolg eines Unternehmens bei, wenn man weiss, welche Fehler man unbedingt vermeiden sollte. Die Gründe warum trotz ausgearbeiteter Marketingstrategien 75% aller neuen Produkte und Dienstleistungen scheitern sind zahlreich. Die 10 grössten „Todsünden“ im Marketing und empfohlene Gegenmassnahmen haben wir für Sie im Folgenden kurz zusammengestellt.

Die 10 Todsünden im Marketing

1. Mangelnde Markt- und Kundenorientierung

Analysieren Sie Ihre Marktsegmente sorgfältig und finden Sie heraus, was Ihre Kunden denken und wollen. Zentrale Herausforderung ist, die Bedürfnisse Ihre Kunden zu (er)kennen und sich zudem auf einige wenige Marktsegmente zu konzentrieren, die prioritär verfolgt werden. Stellen Sie den Kunden in den Mittelpunkt Ihres Handelns.

2. Mangelndes Wissen über den Kunden

Führen Sie systematische Kundenforschung durch um Ihre Produkte kontinuierlich an den Wünschen und Bedürfnissen Ihrer Kunden zu orientieren und dadurch deren Absatz auch zukünftig zu gewährleisten.

3. Unzureichende Konkurrenzbeobachtung

Beobachten Sie systematisch Ihre Konkurrenz, und zwar nicht nur die offensichtliche, sondern auch die versteckte. Neue Technologien können Ihrem Unternehmen nutzen, Ihrem Grundgeschäft oder Ihrer Geschäftsidee gleichzeitig aber auch Schaden zufügen.

4. Schlechte Beziehung zu Stakeholdern

Verwandeln Sie Ihre Stakeholder in echte Partner. Behandeln Sie Ihre Händler und Zulieferer als Partner, mit denen Sie im Idealfall neue Produkte und Ideen entwickeln und verwirklichen können. Schenken Sie Ihren Geschäftspartnern Aufmerksamkeit und definieren Sie für Ihre Beziehung klare Ziele.

5. Keine Innovationen, Ideen und Impulse

Gehen Sie methodisch auf Ideensuche und führen Sie ein Innovationssystem ein. Die besten Vorschläge werden belohnt und fördern die Innovationskraft Ihres Unternehmens. Beziehen Sie dabei sowohl die Ideen und Verbesserungsvorschläge Ihrer Mitarbeitenden ein, wie auch externe Impulse über Kundenwünsche und Potentiale. Innovieren Sie Ihre bereits bestehenden Produkte durch Variationen (neue Verpackungsvarianten, Vertriebskanäle etc.) oder neue Kombinationen (Müsliflocken mit Snacks).

6. Mittelmässige Marketingpläne

Arbeiten Sie an der Qualität Ihrer Marketingpläne. Loben Sie einen Preis für den besten Plan des Jahres aus. Erarbeiten Sie klare Strategien, Taktiken und Ziele und arbeiten Sie mit flexiblen Marketingbudgets. Das wichtigste: seien Sie von den Vorschlägen überzeugt!

7. Ineffiziente Produkt- und Servicepolitik

Scheuen Sie sich nicht, die Produktpalette Ihres Unternehmens immer wieder neu anzupassen. Den Grossteil des Gewinns machen in der Regel nur wenige Produkte aus. Verzetteln Sie sich also nicht mit einer zu grossen und breit gestreuten Produktpalette. Auch wenn Sie neben Produkten auch Dienstleistungen anbieten, überprüfen Sie, für welchen Service und zu welchem Preis Ihre Kunden bereit sind zu zahlen.

8. Mangelhafte Unternehmenskommunikation

Setzen Sie auf wirksame Kommunikationsmassnahmen und stärken Sie mit jeder Aktion Ihren Marken- oder Firmennamen. Mit Kundenbefragungen erfahren Sie schnell, wie Ihre Marken und Produkte wahrgenommen werden und können gleichzeitig die Bereitschaft des Kunden ermitteln, mehr zu kaufen, wenn der Preis niedriger oder die Qualität besser wäre. Geschickter Einsatz von PR kann zudem Werbekosten einsparen.

9. Unstimmige Organisation

Messen Sie Ihre Marketingmanager und deren Massnahmen an den richtigen Kennzahlen. Mit einer guten Personalauswahl und kontinuierlicher Mitarbeiterschulung können Sie die Voraussetzungen für ein effizientes Arbeiten in Ihrem Unternehmen fördern. Die Positionen in Ihrem Unternehmen sollten mit den richtigen, d.h. geeigneten Personen besetzt sein. Bringen Sie Ihre Mitarbeitenden stets auf den aktuellen Stand und verpassen somit keine Trends mehr.

10. Ungenutzte technologische Möglichkeiten

Nutzen Sie das Internet nicht nur als Plattform für Ihre Website, sondern als Kommunikations- und Austauschplattform mit Ihren Kunden und erfahren direkt mehr über die Bedürfnisse Ihrer Kunden.

Heutzutage lässt sich fast alles online durchführen. Die zur Verfügung stehenden Möglichkeiten werden jedoch nicht genutzt oder nur unzureichend ausgeschöpft. Auch Marketingentscheidungen lassen sich zunehmend mit technischer Unterstützung gesicherter treffen. Nutzen Sie diese technologischen Programme und Softwarelösungen.

Nutzen Sie aktuell auch Marketing-Dashboards um aufzuzeigen, wo Ihr Unternehmen in Sachen Leistung, Prozesse und Instrumente dasteht. Abweichungen von den unternehmerischen Zielsetzungen können erkannt und entgegengewirkt werden.

(Quelle: Philip Kotler (2005) „Die 10 Todsünden im Marketing: Fehler vermeiden - Lösungen finden“)