

Marketing und Kreativität sorgen für Wahrnehmung und Zufriedenheit

Die Märkte werden enger für den Einzelnen - Wettbewerber aus aller Welt drängen hinein, gerade in den reichen west-europäischen Ländern. Was kann, ja MUSS, man denn tun, um hier bestehen zu können !?

(Fast) Jedermann weiss, dass es wichtig ist sein Unternehmen/sein Produkt im Unterbewusstsein des Endverbrauchers/Käufers zu verankern, d. h. latent abrufbar zu sein, wenn dieser einen Bedarf hat und in einer dafür geeigneten Umgebung (Fachgeschäft, Discounter, Internet, usw.) nach einer Lösung für diesen Bedarf sucht.

Die Wege dorthin sind vielfältig und bedürfen grosser Kreativität, denn schliesslich muss man den Urgrund des Käufers erspüren, sich für ein bestimmtes Produkt zu entscheiden.

Das heisst er muss die Sicherheit haben/vermittelt bekommen, dass er richtig liegt.

Ob das eine Werbung mit Feuchtigkeitsschutz für ein Flachdach in Anspielung auf ein Baby ist (& so trocken, wie Baby s Po &) oder indem man eine Garantie gibt, die über die übliche Dauer hinausgeht.

Menschen-/Kunden-/Marktsegment-Kennntnis ist neben der Kreativität also auch wichtig.

Die Wege dorthin gehen - nur mal den Werbeaspekt betrachtet - u. a. von

- der schreienden/provozierenden Plakatwand (ich erinnere an die frühere Werbung eines bekannten Bekleidungsherstellers) über
- Töne (wem geht die simple Tonfolge von eines sehr grossen Online-Unternehmens noch aus dem Kopf oder wer weiss nicht auf Anhieb, wenn er das hört, wer dahinter steckt ?) bis zu
- simplen aber sehr wirkungsvollen (gleichzeitig für die Gesundheit des Käufers sorgenden, überall einsetzbaren) täglich mehrfach sichtbaren Zahnreinigern >>
<http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/lenz/> und
- das Fernsehen (besonders beliebt um dass Geld aus den Taschen der Verbraucher zu ziehen sind derzeit Wettangebote) oder auch
- INTERNET-Seiten
- und vieles mehr

Aber VORSICHT !

& Marketing ist nicht nur Werbung.

Alles Vorgenannte aber ist Werbung/Öffentlichkeitsarbeit.

Und die machen viele, woher soll der Käufer daraus wissen, WAS das richtige - für IHN !! - ist !?

Um erfolgreich zu werden/bleiben ist also erforderlich, dass auch alle anderen Marketinginstrumente eingesetzt werden.

Und das sind - völlig unabhängig von der eigentlichen Zielgruppe oder der Art des Unternehmens - alle erforderlichen Massnahmen und Wege, die dem Kunden Nutzen/Zufriedenheit bringen - selbstverständlich zusätzlich zu den Garantien, der begleitenden Werbung usw.

Als erfolgreich erwiesen hat sich z. B. wenn man bei irgendeiner Aktion der Erste war, alle anderen bleiben dann (und das bleibt im Gedächtnis der Zielgruppe hängen !) nur Nachahmer bzw. derjenige, der damit anfängt hat später andere Möglichkeiten, die wiederum daraus entstehen, als diejenigen, die erst einmal nachholen müssen.

Siehe oben Kreativität

Wir müssen uns also wieder mehr (aber bitte: viel intensiver !) mit unseren Kunden befassen - jetzt aber über das eigentliche Bedürfnis hinausgehend - und nach den tieferen Gründen fragen.

Noch ein Wort zum Internet:

Auch hier kommt es darauf an, herauszufinden was und wie der Kunde sucht.

Kürzlich untersuchte ich einen Fall, der sich mit der Prüfung der Dichtheit eines Produktes befasste.

Der eine Unternehmer optimiert seine Seiten für Dichtprüfung, der andere für Dichtheitsprüfung, der Dritte für Dichtigkeitsprüfung, wieder ein anderer für Lecktest, usw. - je nachdem, mit Angabe des Mediums (Öl, Gas, Wasser, Luft, etc.) oder eben auch ohne das.

Um also mit Sicherheit gefunden zu werden, kommt es hier beispielsweise darauf an die eigenen Fachausdrücke, die sich aus irgendwelchen Gründen eingebürgert haben, beiseite zu lassen (Gefahr: Betriebsblindheit !?) und danach zu fragen, was/wie würde derjenige suchen, für den ich eine (Produkt-)Antwort habe ? - und dann die Seiten daraufhin zu gestalten.

Ist er dann bei uns gelandet, muss ich ihn davon überzeugen (sei es über Garantien, über Anwendungsbeispiele/Bildsequenzen, über Montagehilfen, Referenzen, oder eben auch über begleitende Werbung in der Öffentlichkeit und bei Verbänden, Pressemitteilungen, und mehr) das ich auch wirklich die 1. (beste) Wahl FÜR IHN bin.

Richtig interessant wird das aber erst, wenn es darum geht das passende abgestimmte Vorgehen für verschiedene Märkte (also den internationalen Auftritt des Unternehmens) zu entwickeln. Hierbei ist es nämlich zusätzlich sehr wichtig, die verschiedenen Mentalitäten zu berücksichtigen (siehe auch >> <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/kunden/mentalitaeten.htm>) andererseits aber - schon aus reinen Kostengründen - Vorgehensweisen aus dem einen Marktsegment des Landes A in das Land B möglichst zu multiplizieren/kostengünstig anzupassen.

Womit wir wieder bei der Kreativität wären ...

Diese Seite kommt von

<http://www.firmenpresse.de>

Die URL für diese Seite ist:

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo20959.html>