Marketing für Startups

Prof. Dr. Michael Bernecker

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Prof. Dr. Michael Bernecker

www.Marketinginstitut.BIZ

20 feste Mitarbeiter

70 freie Trainer & Berater

DIM
Deutsches Institut für Marketing

You Magnus
PERSONALENTWICKLUNG | LÖSUNGEN | TOOLS

milaTEC
Digitalagentur

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Material

https://www.marketinginstitut.biz/blog/marketing-fuer-startups/

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Marketing?

Die Statistik ist gegen Sie!

80% aller Unternehmen scheitern in den ersten fünf Jahren.
24 von 25 Unternehmen scheitern in den ersten zehn Jahren.

Warum?

Der Hauptgrund ist die zu geringe Anzahl an Kunden, die regelmäßig beim Unternehmen kaufen → Unternehmen gehen insolvent!

(Potenzielle) Kunden werden vom Angebot der Unternehmen nicht überzeugt.

Bestehende Kontakte können nicht zu gewinnbringenden Kunden transformiert werden.

Kunden wandern zu den Wettbewerbern ab.

Lösung!

Der einzige Weg, um langfristig erfolgreich zu sein, ist das klare Verständnis vom Markt, von den Produkten und von den Zielgruppen!

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Die strategischen Fragen für Startups!

Agiles gründen und managen im Jahr 2018!

Wer sind Sie?	Wie wollen Sie Geld verdienen?	Wie wollen Sie den Markt bearbeiten?	Wie machen Sie das?
Positionierung	Business Case	Marktbearbeitungs-konzept	Umsetzung
1	2	3	4
Blue Ocean	Geschäftsmodell	Marketing Canvas	SCRUM

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Wer sind Sie? Wie sind Sie positioniert?

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Ihr Leistungsversprechen?

Die **KUKA** AG ist einer der weltweit führenden Anbieter von Robotik sowie Anlagen- und Systemtechnik und Pionier in Industrie 4.0.

KUKA Roboter

Als Spezialist in der Robotik und Automationstechnologie zählt KUKA Roboter zu den führenden Herstellern von Industrierobotern. Mit der großen Auswahl an Robotern deckt KUKA nahezu alle Traglastbereiche und Typen ab und setzt Maßstäbe im Bereich Mensch-Roboter-Kollaboration (MRK).

Was ist Ihren Kunden wichtig?

Schnelle Termine
Angemessener Preis
Höflich, nett
Transparenz, Fairness
Gute Beratung
Unkomplizierte Abwicklung

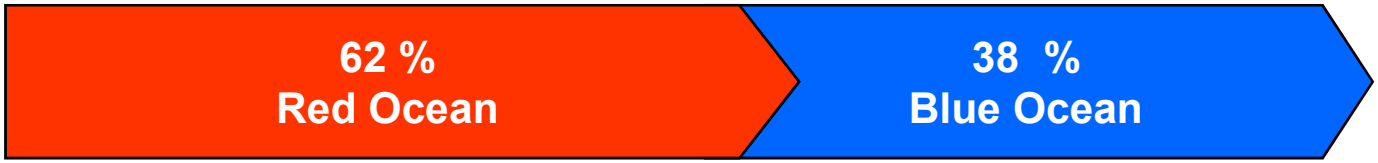
TIP
Bewertungsportale

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Blue Ocean Strategie

Art der Markteinführung: Von 108 Businesslaunches

Umsatzverteilung



Renditeverteilung

https://www.marketinginstitut.biz/blog/blue-ocean-strategie/

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Strategisches Positonierungsfeld

Wie NEU ist NEU? Kann man mit NEU Geld verdienen?

Produkt / Dienstleistung	etabliert / erlernt	Innovativ / ungewohnt
Innovativ	**Neue Produkte** z.B. e-Bike, virtueller Assistent, Smoothies	**Neue Branche** z.B. Kryptowährung, Virtuelle Realität, Canabis
Bekannt	**Bestehende Branchen** z.B. Burgerladen, Berater, Handwerker	**Neues Geschäftsmodell** z.B.: Uber, airbnb, Lieferando

Geschäftsmodell

- Hohes Risiko, hoher Kapitalbedarf, Überrendite, Schnelles Wachstum
- Erhöhtes Risiko, moderater Kapitalbedarf, Überrendite, Langsames Wachstum
- Geringes Risiko, geringer Kapitalbedarf, Standardrendite, Langsames Wachstum

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Tools der Blue Ocean Strategie

ERSK-Quadrat.

- Neudefinition des Angebots als Kombination von Kostenoptimierung und Nutzensteigerung
- Maßnahmen zur Kostenoptimierung: → Eliminierung und Reduzierung
- Maßnahmen zur Nutzensteigerung: → Steigerung und Kreierung

Reduzieren
Welche Faktoren können unter den Branchenstandard abgesenkt werden?

Entwickeln
Welche Faktoren, die in der Branche nicht bekannt sind, können entwickelt werden?

Eine neue Wertschöpfungskurve

Eleminieren
Welche Faktoren können weg gelassen werden?

Erhöhen
Welche Faktoren können über den Industriestandard hinaus, angeboten werden?

Your Task: Wie wollen Sie sich positionieren?

#ProduktNutzen

Positionierung = Vom Produkt zum Nutzen

=

Identität	Positionierung	Image

Produkt | Nutzen | Problem

Erfolgsfaktoren
- Einfachheit
- Langfristigkeit
- Überragendes Qualitätserlebnis
- Schaffung einer neuen Kategorie
- Kundenrelevanz
- Muss sich rechnen

Grundmuster:
- Produktaussage
- Produktkategorie
- Nutzenaussage
- Bedürfnis des Kunden
- Lösungskategorie

Bspl:
- Vorwerk = Staubsauger im Direktvertrieb
- Miele = Die Waschmaschine
- Wagner = Steinofenpizza
- Lothar Seiwert = Zeitmanagement

Me-too | Quasi Neu | Echte Innovation

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Die strategischen Fragen für Startups!

Agiles gründen und managen im Jahr 2018!

Wer sind Sie?	Wie wollen Sie Geld verdienen?	Wie wollen Sie den Markt bearbeiten?	Wie machen Sie das?
Positionierung	Business Case	Marktbearbeitungs-konzept	Umsetzung
1	2	3	4
Blue Ocean	Geschäftsmodell	Marketing Canvas	SCRUM

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Der Unterschied?

20 Stück 3,95
0,17

8,95

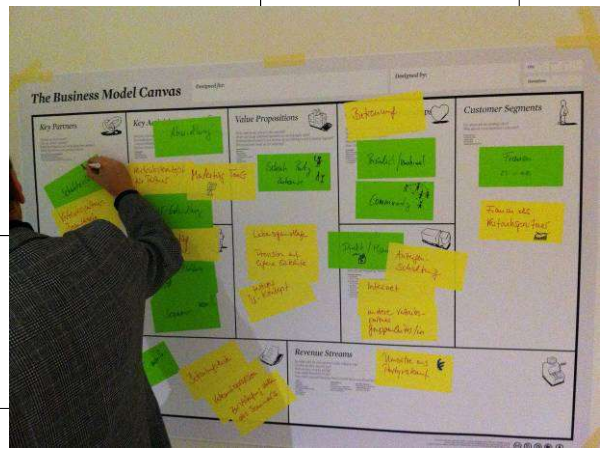
+

8 Stück 23,95
2,99

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Ihr Geschäftsmodell?

Geschäftsmodell				
Strategische Partner	Kernaktivitäten	Positionierung	Kundenbeziehungs-Management	Kundensegmente
	Strategische Ressourcen		Vertriebskanäle	
Kostenstrukturen				



Quelle: In Anlehnung an Osterwalder & Pigneur

Ziele im Rahmen der Geschäftsmodellentwicklung

Häufig angewandte Geschäftsmodell-Ansätze in der Praxis. (I v. III)

Geschäftsmodell	Kurzbeschreibung	Beispiele
Affiliation	Entlohnung für Dritte (Affiliates) für die Vermittlung eines neuen Kunden oder anteilig auf Basis von erfolgreich durchgeführten Transaktionen.	Käuferportal, Vertriebskooperationen Amazon
Cash Machine	Generierung schnellerer Einnahmen, als die hierfür notwendigen Ausgaben zu tätigen. Durch den negativen Geldumlauf kommt es zur Freisetzung zusätzlicher Liquidität.	Jochen Schweizer, American Express
Cross Selling	Ergänzung des Leistungsangebots um komplementäre Produkte und Dienstleistungen. Dadurch Generierung von Zusatzverkäufen.	Mediamarkt / Saturn: Handy + Versicherung
Customer Loyalty	Loyalisierung von Kunden, indem sie in Form von Bonusprogrammen für Ihre Treue belohnt werden.	Lufthansa Miles & More, Shell ClubSmart
E-Commerce	Anbieten der Produkte oder Dienstleistungen über verschiedene Online-Kanäle.	www.taucherbrillen.com, www.weihnachtsfilme.de
Flatrate	Die Mitglieder bezahlen einen Pauschalpreis für eine Leistung und können diese dann in unbegrenzten Mengen nutzen.	Amazon Prime Video, Netflix
Freemium	Die Basisversion eines Angebots wird gratis offeriert, für die Premiumversion wird ein entsprechender Aufpreis verlangt.	XING, Runtastic
Guaranteed Availability	Auf ein Produkt oder eine Dienstleistung wird eine Art Verfügbarkeitsgarantie vergeben.	Agenturverträge

Wie wollen Sie Ihr Geld verdienen? – 60 Grundmodelle

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Die strategischen Fragen für Startups!

Agiles gründen und managen im Jahr 2018!

Wer sind Sie?	Wie wollen Sie Geld verdienen?	Wie wollen Sie den Markt bearbeiten?	Wie machen Sie das?
Positionierung	Business Case	Marktbearbeitungs-konzept	Umsetzung
1	2	3	4
Blue Ocean	Geschäftsmodell	Marketing Canvas	SCRUM

DIM
Deutsches Institut für Marketing

DIM Marketing-Canvas

Kunde

Der Kunde hat keinen Bedarf

Wer ist mein Kunde?

Der Kunde hat ein Problem + kennt keine

Wie informiert sich mein Kunde?

Der Kunde hat ein Problem + kennt die

Wie entscheidet sich mein Kunde?

Passive Informationsverarbeitung

Aktive (allgemeine) Suche

Aktive Anfrage

Aktivitäten

Positionierun

Leitfragen	KPI
Wie erreiche ich meinen Kunde?	**Reichweite** (z.B. Bekanntheitsgrad, Empfänger- / Teilnehmer-anzahl)

Marketing

Leitfragen	KPI
Wie interagiere ich?	**Interaktion** (z.B. Anzahl Reaktionen durch die Zielgruppe)

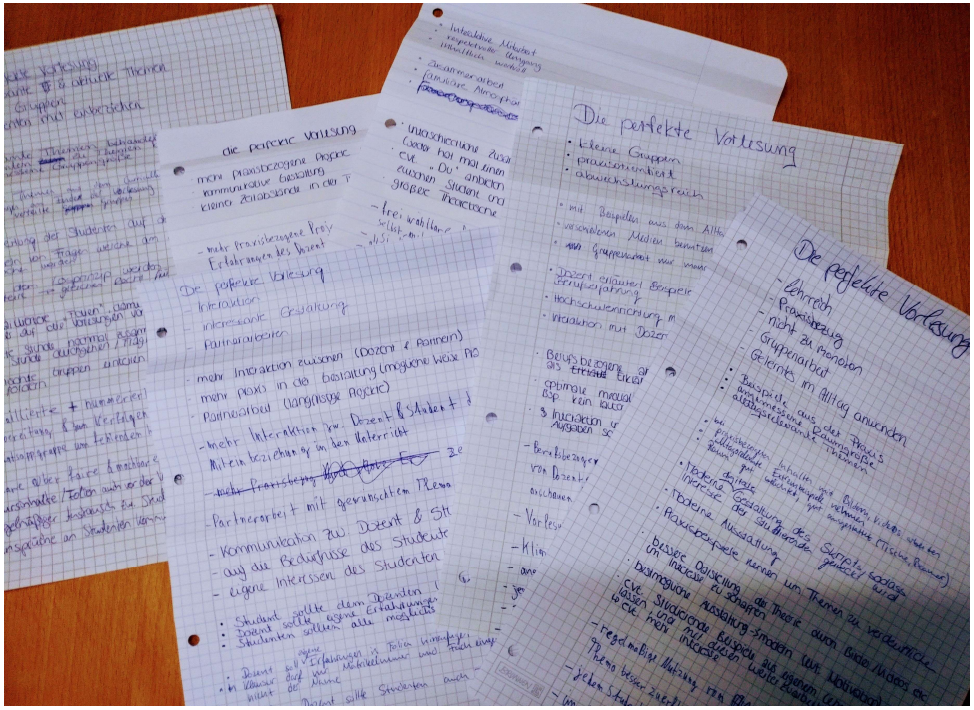
Vertrieb

Leitfragen	KPI
Wie schließen wir ab?	**Transaktion** (z.B. Umsatz, Conversions)

Entscheidung

Reden Sie einfach mit dem Kunden!

Glauben heißt nicht wissen! Im Zweifelsfall wissen Sie NICHTS!



DIM Deutsches Institut für Marketing

Meine Marketingaktivitäten

Machen statt denken!

P = Positionierung
I = Interaktion
T = Transaktion

Tool 1
Website von Profis überarbeiten lassen! (P)

Tool 2
AdWords schalten! (T)

Tool 3
Kooperation mit einem Verband eingehen! (I)

Tool 4
Messen besuchen! (I)

JUNI | JULI | AUGUST | IV. QRTL | I. QRTL | II. QRTL | 2019 | 2020

Tool 5
Social Media Strategie erstellen! (P)

Tool 6
Mailing an Bestandskunden! (I/T)

Tool 7
Buch zu meinem Kompetenzbereich schreiben! (P)

Tool 8
Buch als Vermarktungsmittel (I)

Budget: 10h/Woche 1000€/Monat

Design Thinking Prozess!

DESIGN THINKING - Was ist eigentlich...?

https://youtu.be/pcapUHarvGA

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Erfolgsfaktoren für neue Produkte / Ideen

Eigenschaften des Neuprodukts

Produkte sind erfolgreicher, wenn sie…

- …für den Kunden neu sind,
- …einen Vorteil für den Kunden bieten,
- …eine geringe Unsicherheit für den Kunden aufweisen

Das Timing der Markteinführung

Produkte sind erfolgreicher, wenn sie…

- …früh in den Markt eingeführt werden (Pionierstrategie),
- …früh angekündigt werden (frühe Marketingmaßnahmen)

Festlegung von Markt und Zielgruppe

Produkte sind erfolgreicher, wenn…

- …der Markt segmentiert wird,
- …die Priorisierung der Segmente erfolgt,
- …eine Fokussierung auf Referenzkunden / Innovatoren stattfindet

Marketing-Mix

Folgende Faktoren begünstigen den Erfolg:

- Intensität der Marketing-Maßnahmen
- Zielgruppenadäquanz
- Vermittlung des Produktvorteils
- Reduzierung des Produktrisikos
- Fit zwischen Produkt und Marke

Interne Rahmenbedingungen

Folgende Faktoren begünstigen den Erfolg:

- Das Außmaß der internen sowie der externen Zusammenarbeit
- Frühzeitigkeit der Planung
- Schulung der Mitarbeiter
- Top-Management-Support
- Ressourcenausstattung
- Einsatz von Anreizen
- Unterstützung der Mitarbeiter

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Die strategischen Fragen für Startups!

Agiles gründen und managen im Jahr 2018!

Wer sind Sie?	Wie wollen Sie Geld verdienen?	Wie wollen Sie den Markt bearbeiten?	Wie machen Sie das?
Positionierung	Business Case	Marktbearbeitungs-konzept	Umsetzung
1	2	3	4
Blue Ocean	Geschäftsmodell	Marketing Canvas	SCRUM

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Seien Sie agil!

Agilität führt zu bessere Lösungen!

Standardprozess sind ganz OK!

Flexibilität ist aber besser!

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Aber bitte richtig!

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Agile Grundprinzipien

AGIL!

Agile Prinzipien für mehr Umsetzungserfolg!

- Validiertes Lernen anstelle von Meinungen und Gewohnheiten
- Kundenorientierte Zusammenarbeit statt Silodenken und Hierarchien
- Adaptive und Iterative Kampagnen statt Big-Bang Kampagnen
- Kontinuierliche Bedürfnisbefriedigung statt statische Vorhersagen
- Flexible vs. starre Planung
- Reaktion auf Veränderungen statt strikte Verfolgung des Plans
- Viele kleine Experimente statt viele große Projekte

https://www.marketinginstitut.biz/agiles-marketing/

Wer ist ihr Kunden und wie wollen Sie ihn erreichen?

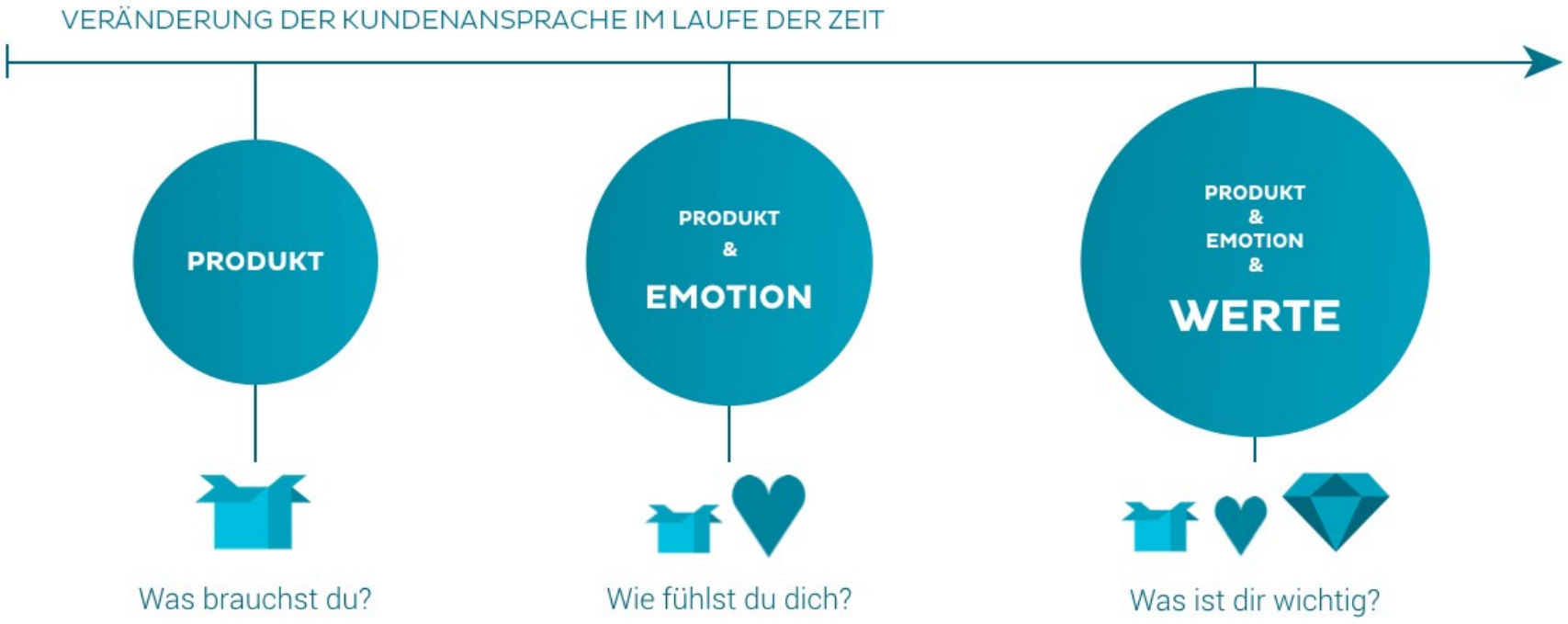
Smartphones sind nicht zum Telefonieren da!

Was denn jetzt? Klassisch oder digital?

https://www.marketinginstitut.biz/blog/customer-centricity/

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Wer ist ihr Kunden und wie wollen Sie ihn erreichen?



DIM
Deutsches Institut für Marketing

Wir müssen schneller werden!

Machen Sie ihre Hausaufgaben!

1 Woche

1 Tag

1 Stunde

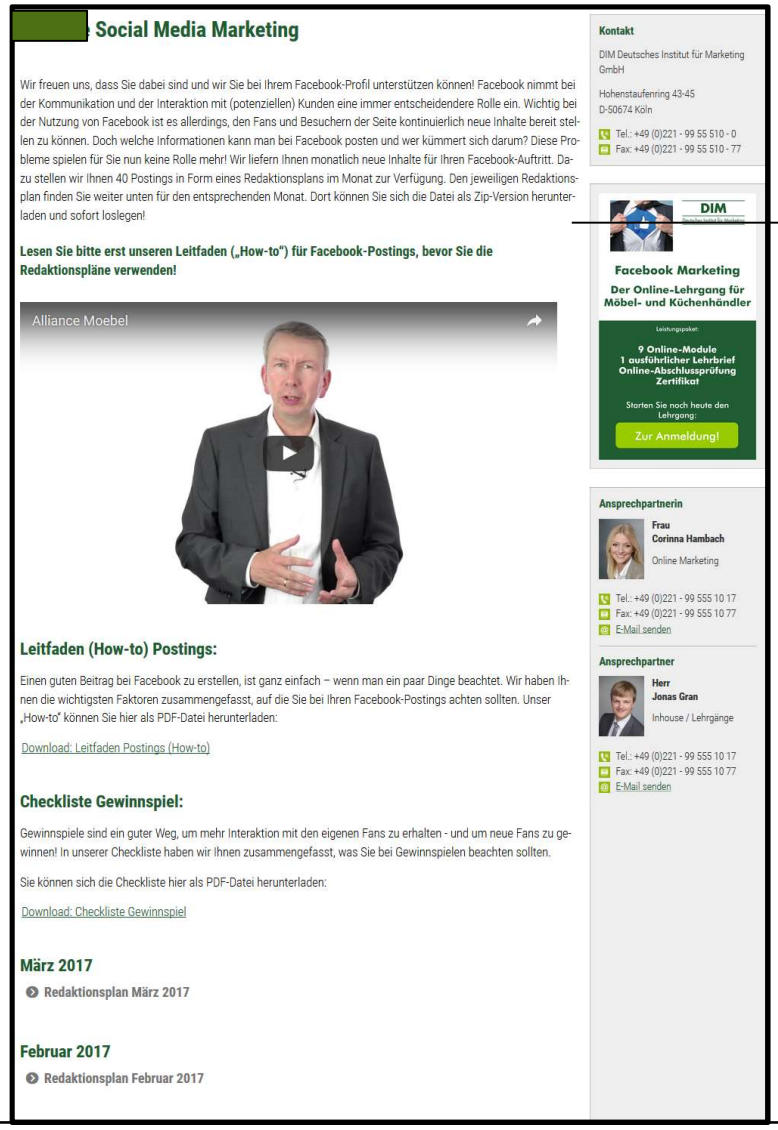
Haben Sie Regeln? Wie ist ihr Antwortgeschwindigkeit?

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Schauen Sie zu!

90% der User STALKEN nur!

>> Vertrieb 4.0!



Social Media Marketing

Wir freuen uns, dass Sie dabei sind und wir Sie bei Ihrem Facebook-Profil unterstützen können! Facebook nimmt bei der Kommunikation und der Interaktion mit (potenziellen) Kunden eine immer entscheidendere Rolle ein. Wichtig bei der Nutzung von Facebook ist es allerdings, den Fans und Besuchern der Seite kontinuierlich neue Inhalte bereit stellen zu können. Doch welche Informationen kann man bei Facebook posten und wer kümmert sich darum? Diese Probleme spielen für Sie nun keine Rolle mehr! Wir liefern Ihnen monatlich neue Inhalte für Ihren Facebook-Auftritt. Dazu stellen wir Ihnen 40 Postings in Form eines Redaktionsplans im Monat zur Verfügung. Den jeweiligen Redaktionsplan finden Sie weiter unten für den entsprechenden Monat. Dort können Sie sich die Datei als Zip-Version herunterladen und sofort loslegen!

Lesen Sie bitte erst unseren Leitfaden („How-to") für Facebook-Postings, bevor Sie die Redaktionspläne verwenden!

Alliance Moebel

Leitfaden (How-to) Postings:

Einen guten Beitrag bei Facebook zu erstellen, ist ganz einfach – wenn man ein paar Dinge beachtet. Wir haben Ihnen die wichtigsten Faktoren zusammengefasst, auf die Sie bei Ihren Facebook-Postings achten sollten. Unser „How-to" können Sie hier als PDF-Datei herunterladen:

Download: Leitfaden Postings (How-to)

Checkliste Gewinnspiel:

Gewinnspiele sind ein guter Weg, um mehr Interaktion mit den eigenen Fans zu erhalten - und um neue Fans zu gewinnen! In unserer Checkliste haben wir Ihnen zusammengefasst, was Sie bei Gewinnspielen beachten sollten.

Sie können sich die Checkliste hier als PDF-Datei herunterladen:

Download: Checkliste Gewinnspiel

März 2017

Redaktionsplan März 2017

Februar 2017

Redaktionsplan Februar 2017

Kontakt

DIM Deutsches Institut für Marketing GmbH

Hohenstaufenring 43-45
D-50674 Köln

Tel.: +49 (0)221 - 99 55 510 - 0
Fax: +49 (0)221 - 99 55 510 - 77

DIM

Facebook Marketing

Der Online-Lehrgang für Möbel- und Küchenhändler

Leistungspaket:

9 Online-Module
1 ausführlicher Lehrbrief
Online-Abschlussprüfung
Zertifikat

Starten Sie noch heute den Lehrgang:

Zur Anmeldung!

Ansprechpartnerin

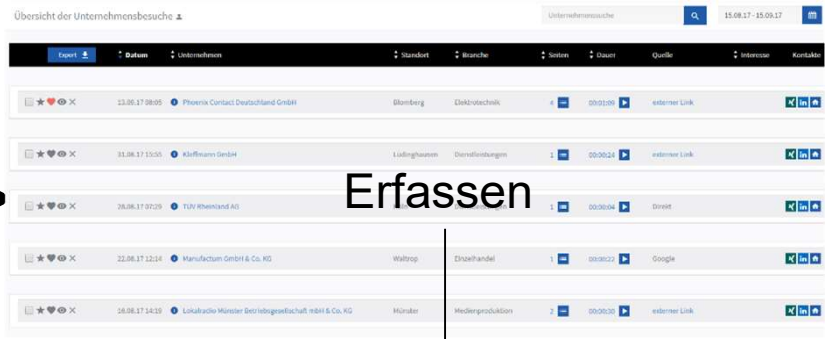
Frau
Corinna Hambach
Online Marketing

Tel.: +49 (0)221 - 99 555 10 17
Fax: +49 (0)221 - 99 555 10 77
E-Mail senden

Ansprechpartner

Herr
Jonas Gran
Inhouse / Lehrgänge

Tel.: +49 (0)221 - 99 555 10 17
Fax: +49 (0)221 - 99 555 10 77
E-Mail senden

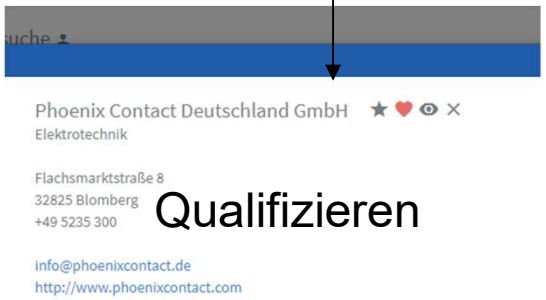


Übersicht der Unternehmensbesuche

15.08.17 - 15.09.17

Export	Datum	Unternehmen	Standort	Branche	Seiten	Dauer	Quelle	Interesse	Kontakte
	13.06.17 08:05	Phoenix Contact Deutschland GmbH	Blomberg	Elektrotechnik	4	00:01:09	externer Link		
	31.08.17 15:55	Kleffmann GmbH	Lüdinghausen	Dienstleistungen	1	00:00:24	externer Link		
	28.08.17 07:29	TÜV Rheinland AG			1	00:00:04	Direkt		
	22.08.17 12:14	Manufactum GmbH & Co. KG	Waltrop	Einzelhandel	1	00:00:22	Google		
	16.08.17 14:19	Lokalradio Münster Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG	Münster	Mediengestaltung	2	00:00:30	externer Link		

Erfassen



Phoenix Contact Deutschland GmbH
Elektrotechnik

Flachsmarktstraße 8
32825 Blomberg
+49 5235 300

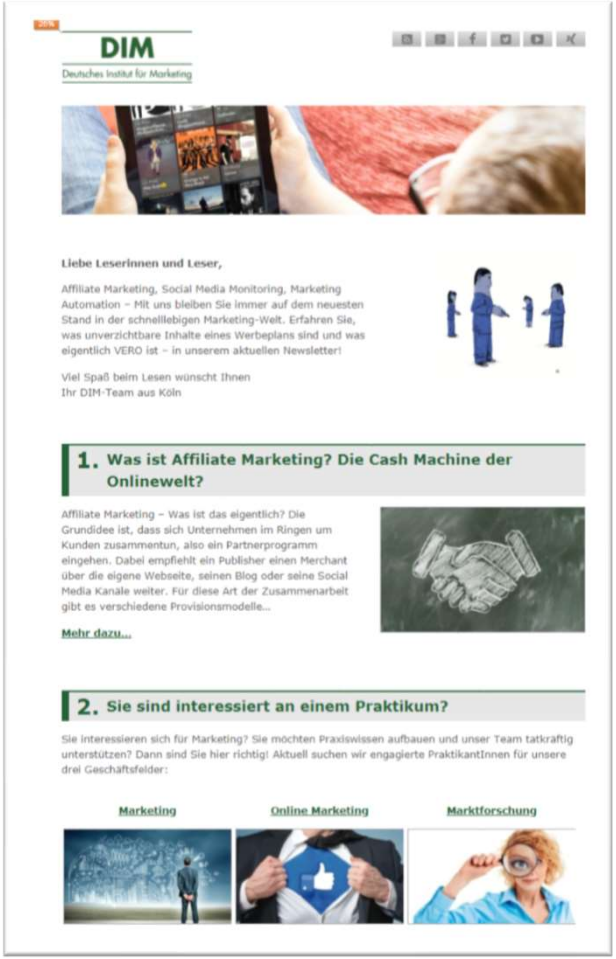
info@phoenixcontact.de
http://www.phoenixcontact.com

Qualifizieren

DIM LEADVIEWER

Sehr effizient!

Fakten zum E-Mail-Marketing



- 82 % der Konsumenten **öffnen** E-Mails von Unternehmen.
- 64 % der Entscheider lesen E-Mails auf **mobilen Endgeräten**.
- 44 % haben in 2017 mind. einen **Kauf** aufgrund einer Werbemail getätigt.
- **Montags** verschickte Mails erreichen den höchsten Umsatz.

Mehr dazu:
https://www.marketinginstitut.biz/blog/e-mail-marketing/

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Lassen Sie sich anrufen!

Denken Sie vertrieblich! Es tut nicht weh!

RUF MICH AN!

Laden Sie die Informationen herunter!

Jetzt Informieren!

Hier bestellen!

Rufen Sie uns an!
0221 / 99 555 10 55

DIM
Deutsches Institut für Marketing

Wenn mal was schief geht!

Lernen aus Fehlern mit Fakten!

Kundenorientiert zusammenarbeiten anstatt die Schuld wegschieben!

Kontinuierliche Optimierung statt ein ONE-HIT-WONDER!

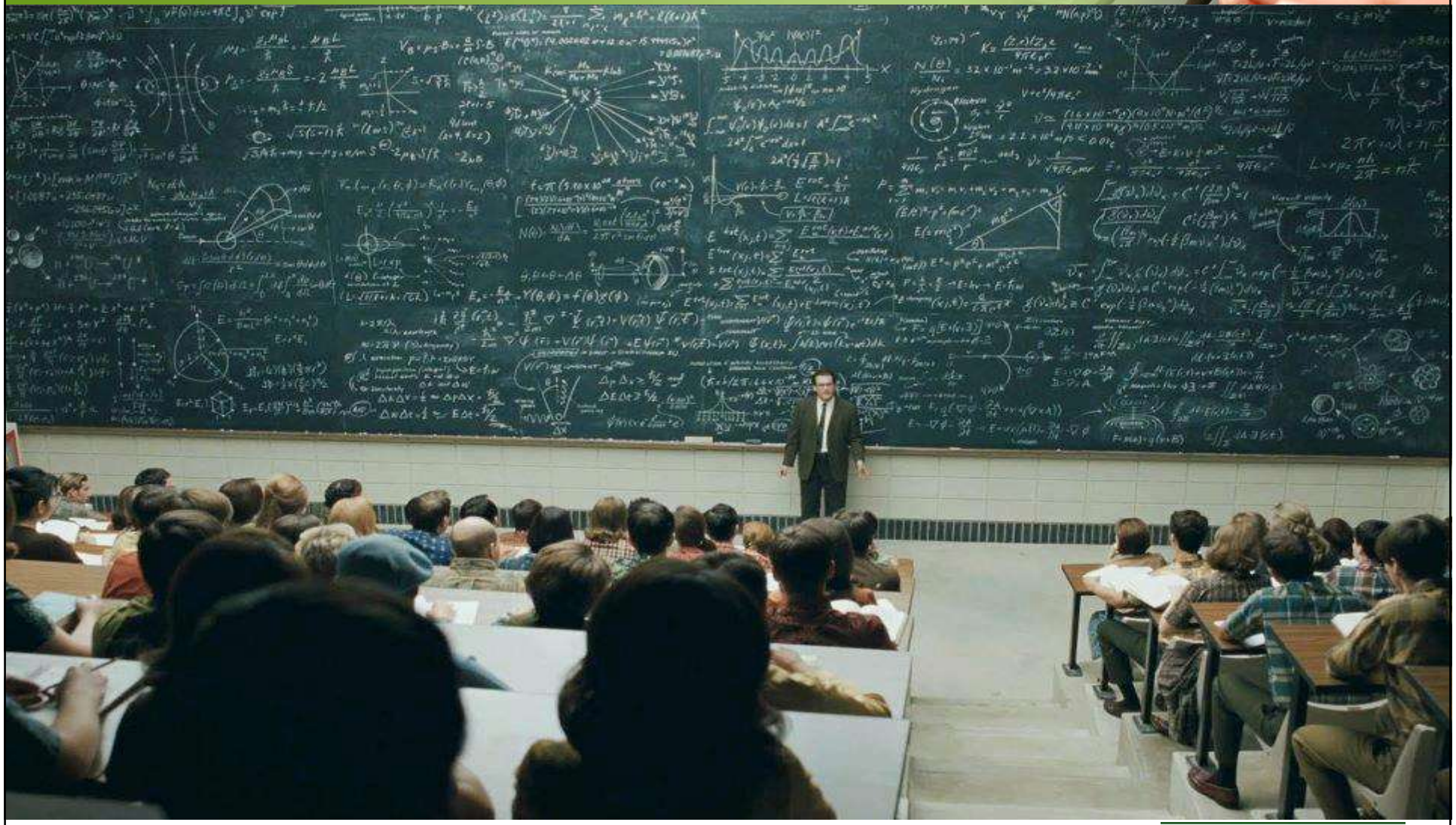
Mehr Flexibilität anstelle von Vorschriften und Regeln!

Mehr und schneller reagieren und agieren!

Eine bessere Fehler- und Testkultur!

Aber bitte nicht so!

Alles Klar?



DIM
Deutsches Institut für Marketing

Prof. Dr. Michael Bernecker

https://www.youtube.com/user/Marketinginstitut

www.Marketinginstitut.BIZ

https://youtu.be/gE99JkrseD0

Kontakt

Sollten Sie noch Fragen oder Anregungen haben, zögern Sie bitte nicht uns zu kontaktieren.

DIM Deutsches Institut für Marketing GmbH

Hohenstaufenring 43-45

D-50674 Köln

Telefon +49 (0) 221 / 99 555 10-0

Telefax +49 (0) 221 / 99 555 10-77

Info@Marketinginstitut.BIZ

www.Marketinginstitut.BIZ

Das Bildmaterial wurde teilweise von der Seite www.fotolia.com zusammengestellt.

Alle Rechte vorbehalten.

Diese Unterlagen sind nur für den Gebrauch durch den Teilnehmer an einer Präsentation, einem Seminar, Training oder Workshop bzw. durch Auftraggeber entsprechend des Auftrages an das Deutsche Institut für Marketing bestimmt. Die Verteilung an Dritte und Vervielfältigung zum Zwecke der Weitergabe an Dritte ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung möglich. Verwendete Bilder, Illustrationen und Fotos unterliegen teilweise fremden Copyrights und gelten hiermit als nur für den internen Zweck verwendet. Alle vorkommenden eingetragenen Warenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Firmen und Organisationen. Alle verwendeten Markennamen unterliegen dem Urheberrecht der jeweiligen Eigentümer. Falls geschützte Warenzeichen nicht als solche kenntlich gemacht wurden, bedeutet das Fehlen einer solchen Kennzeichnung nicht, dass es sich um einen freien Namen im Sinne des Waren- und Markenzeichenrechts handelt. Diese Unterlagen sind im Rahmen von Konzeptionsarbeiten bzw. von Präsentationen, Seminaren, Workshops oder ähnlichen Maßnahmen eingesetzt worden. Ohne die in diesem Zusammenhang gegebenen Erläuterungen und Kommentare kann möglicherweise eine unvollständige Aussagekraft und Sachlage entstehen.

DIM
Deutsches Institut für Marketing