



| Mit dem Marketing-Ansatz zu besseren Lösungen | >>

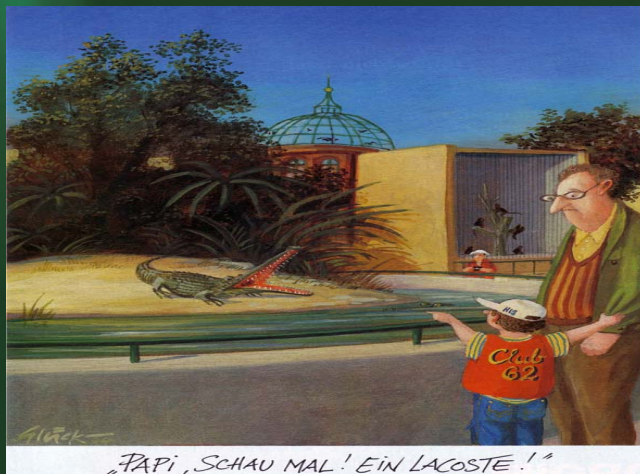
Veloforum 2005, Stade de Suisse, Bern

Ablauf der Präsentation

- Warm-up - was ist „Marketing“ ?
- Toolset – Werkzeugkasten des Marketing
- Praktische Anwendung – Beispiel Velostation Bollwerk
- Schlussfolgerungen

Intro

„....“



Warm-up - was ist „Marketing“ ?

???

Warm-up - was ist „Marketing“ ?

708'000'000 !

Toolset – Werkzeugkasten des Marketing



Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 1:

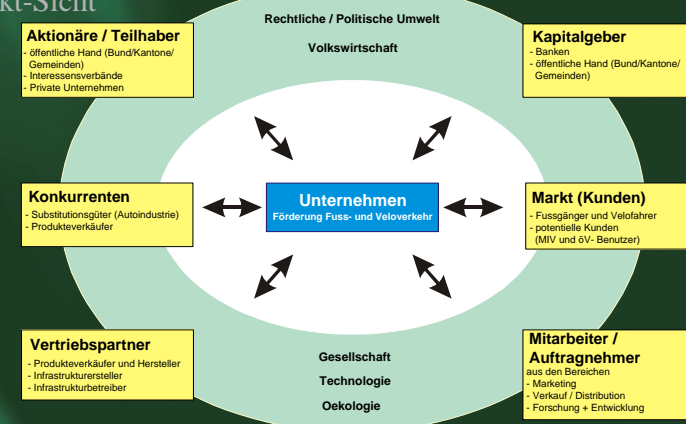
Markt-Sicht !

- Veloparkieranlage = ein Unternehmen
- Unternehmen = Markt-Sicht

Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 1:

Markt-Sicht



Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 2:

Markt-Analyse !

- Kundenbedürfnisse = „Einsichten statt Absichten“
- Konkurrenz = „Multioptiongesellschaft“

Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 2:
Markt-Analyse



Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

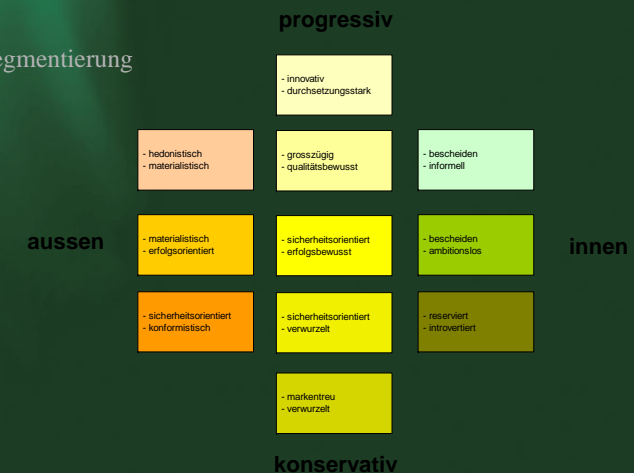
Tool 3:

Markt-Segmentierung !

- Gebräuchliche Kriterien = Art, Geografie, Zweck ...
- Soziodemografischen Kriterien = Geschlecht, Alter...
- Verhaltenswissenschaftl. Kriterien = Psychogramm CH ...

Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 3:
Markt-Segmentierung



Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 3:
Markt-
Segmentierung



Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

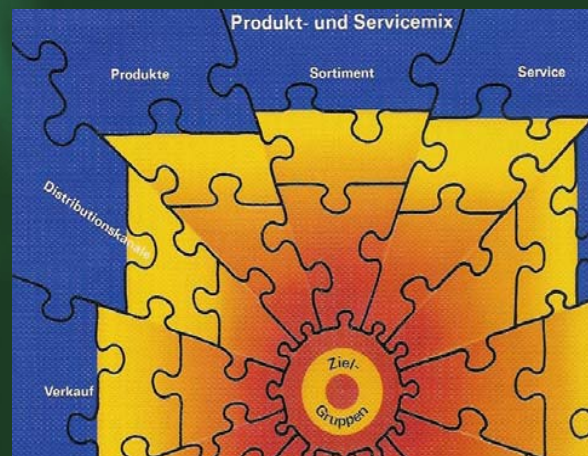
Tool 4:

Marketing-Mix !

- „Product“: Das eigentliche Produkt, inkl. Design!
- „Price“: Die Preisgestaltung
- „Place“: Orte der Verfügbarkeit, Vertriebspartner.
- „Promotion“: Werbung, Verkauf, Verkaufsförderung

Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 4:
Marketing-Mix



Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 5:

Integrierte Kommunikation !

- angebotsseitige Versplitterung
- nachfrageseitige Überforderung
- konsequente Fokussierung mit Marken Rad

Toolset – Werkzeugkasten des Marketing

Tool 5:
Integrierte
Kommunikation

Kernkompetenz:
Der führende Schweizer Hersteller von thermischen Apparaten für die Profiküche

Stil und Tonalität:
fröhlich, frisch, offen, bewusste noble Zurückhaltung (Understatement), solid, vertrauenswürdig, seriös, flexibel, dynamisch, zuverlässig, fortschrittlich, attraktiv/foodig, = gesunde Ästhetik

Markenbild: A collage of images showing people's faces, a car, and a service counter.

- komplettes Sortiment durch starken Verbund (Gustatus)
- Beratung/Schulung durch kompetente Mitarbeiter
- wegweisende Technik durch Spezialisierung auf thermische Apparate
- umfassender Service/Reparatur-DL durch regionale Vertriebspartner
- wirtschaftlicher -Deal- durch effiziente Abwicklung und zuverlässige, präzise, langlebige Produkte (Chef-Legenden)

© MASCIADRI

Praktische Anwendung






Praktische Anwendung – Beispiel Velostation Bollwerk Bern






Beispiel Velostation Bollwerk Bern

Tool 1	IST	SOLL	Ergebnis- Verbesserung
<p>Markt-Sicht</p>			<ul style="list-style-type: none"> - Mehr Beachtung für das „danach“ = Betrieb - Mehr Mittel für Marktbearbeitung - bessere Auslastung der Infrastruktur

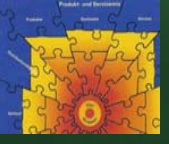


Beispiel Velostation Bollwerk Bern

Tool 2	IST	SOLL	Ergebnis- Verbesserung
Markt-Analyse 			<ul style="list-style-type: none"> - „schärferes“ Nutzerprofil - Vermeidung teurer „trial & errors“ bei Konzeptionierung der Anlage und bei Dienstleistungen - Geld gespart




Beispiel Velostation Bollwerk Bern

Tool 3	IST	SOLL	Ergebnis- Verbesserung
Markt-Segmentierung 			<ul style="list-style-type: none"> - bescheidenere, günstigere Infrastruktur Oder: - erfolgreichere Vermarktung und damit bessere Benützung der heutigen „High-End-Anlage“ - mehr Wirksamkeit!

Beispiel Velostation Bollwerk Bern

Tool 4	IST	SOLL	Ergebnis- Verbesserung
Marketing-Mix 			<ul style="list-style-type: none"> - erfolgreichere Vermarktung und damit bessere Benützung und Kapitalisierung der heutigen „High-End-Anlage“ - mehr Wirksamkeit!

Beispiel Velostation Bollwerk Bern

Tool 5	IST	SOLL	Ergebnis- Verbesserung
Integrierte Komm. 			<ul style="list-style-type: none"> - Mehr Resonanz bei „neuen Zielgruppen“ - mehr Wirksamkeit!

Schlussfolgerungen

???

Schlussfolgerungen

1. Weniger Fehler !
2. Mehr Nutzen !
3. Bessere Verankerung !

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

