

Unternehmerische Entscheidung: Handeln oder Abwarten?

29.10.2009, 14:31 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *KOKON - Marketing mit Konzept!*



Handel oder Abwarten? Unternehmen müssen sich entscheiden!

Wenn die Lage der Nation in wirtschaftlicher Hinsicht nicht die Beste ist, passiert es schnell, dass auch im eigenen Unternehmen die Situation dem allgemeinen Trend folgt. Um dann das Niveau an Umsatz zu halten, muss man sich etwas einfallen lassen. Aber das Gute daran ist: Bleibt man wachsam und aktiv, kann man immer etwas tun!

Bei sinkenden Umsätzen gibt es drei wichtige Ansatzpunkte, die untersucht werden können: Liegt es an der Strategie, am Marketing oder am Verkauf? Der jeweils vorgelagerte Punkt beeinflusst die darauf folgenden Punkte. Natürlich können Kunden aus der wirtschaftlichen Situation heraus grundlegend zurückhaltender sein. Die Lösung dazu wäre nicht Resignation, sondern natürlich mehr Kunden, mehr Anfragen, mehr Interesse. Nur so können zurückgehaltene Aufträge ausgeglichen werden. Ist es also die Strategie, die weiterhin für ein Geschäftsfeld mit Potenzial und Goodwill sorgt oder kann das Marketing optimiert werden? Oder ist es der Verkauf, der Unterstützung benötigt?

Der Kosten-Nutzen-Aspekt

Geht man davon aus, dass die Strategie funktioniert, dann wäre der nächste Ansatz das Marketing. „Unternehmen, die sich ein gutes Geschäftsfeld gesichert haben und die erkennen, dass Marketing der Schlüssel zum Absatz ist, die sehen, wie wichtig dieses Instrument für die Zukunft ist, werden die Gewinner von morgen sein. Es war noch nie eine Lösung in angespannten Zeiten Marketing und Werbebudgets zu streichen. Es wird auch nie eine Lösung sein. Das einzige, woran man dadurch mit Sicherheit sparen kann sind Interessenten und potenzielle Neukunden. Vielmehr ist die Kosten-Nutzen-Betrachtung im Marketing wichtiger denn je! Effektivität und Wirtschaftlichkeit sind feste Maßstäbe für erfolgreiches Marketing. Und Marketing muss wirtschaftlich sein. Auch, wenn Kreativität und ein gewisser künstlerischer Anspruch in diesem Bereich ihren Platz haben“ erläutert Marion Oberparleiter, Marketingberaterin der Agentur KOKON.

Mit Erfolg gegen den Strom

Der zusätzliche Punkt ist: Gerade jetzt ist Aktionismus auffallend. „In guten Zeiten stehen Sie auf einem überfüllten Marktplatz und versuchen, Ihre Ware an den Mann zu bringen. Sie müssen schon auffallen, um überhaupt gehört zu werden. Was passiert in angespannteren Zeiten? Die Anzahl der „Marktschreier“ ist spürbar geringer. Das heißt: Sie werden besser gehört. Vorausgesetzt natürlich, Sie werben.“

Der Zeit voraus

„Wenn die Situation besser werden soll, dann ist Handeln angesagt. Und genau deshalb bieten wir unseren Kunden gerade jetzt verstärkt Unterstützung an. Denn wenn am Ende des Jahres die Urlaubszeit naht, wenn Budgets neu geplant werden und sich die Ansprechpartner zurückziehen, kann man sich sehr gut neu sortieren. Man kann die Strategie prüfen und die Effizienz im Marketing analysieren, um dann im neuen Jahr mit klaren Vorstellungen in die Vermarktung zu gehen. Zeit ist ausschlaggebend. Wenn Sie für Ihr Unternehmen mehr erwarten, dann warten Sie nicht ab, sondern optimieren Sie mutig die Punkte, die über Ihren Erfolg entscheiden“ so Marion Oberparleiter.

Portrait

Die Marketingagentur in Ettlingen unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen dabei, die Schlagkraft des Marketing über gezieltes Positioning und Public Relations zu verstärken. Ziel der Arbeit von KOKON ist es, die Wirtschaftlichkeit und Effizienz im Marketing zu erhöhen.

Dabei bietet KOKON nicht nur konkrete Dienstleistungen im Bereich der Public Relations oder in der Erarbeitung eines klaren Positionings; über Seminare und Vorträge wird spezielles Fachwissen vermittelt, das den Unternehmen Unterstützung in der Steigerung der Effektivität Ihrer Marketing-Bemühungen bietet.

News-ID: 365340 • Views: 129 (Stand: 24.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/365340/Unternehmerische-Entscheidung-Handeln-oder-Abwarten.html>