

„aktiv-neu-geschäft“ hat Konjunktur

01.12.2009, 16:43 | Logistik & Transport

Pressemitteilung von: *HERZIG Marketing Kommunikation GmbH*

Presseagentur: *HERZIG Marketing Kommunikation GmbH*



Werner Geilenkirchen

Der im Oktober auf dem BVL Kongress vorgestellte Ansatz für den gezielten Vertrieb von speditionellen Dienstleistungen und IT-Systemlösungen stößt auf reges Interesse bei Unternehmern und Marketingverantwortlichen.

Trotz guter Konjunkturaussichten sehen sich insbesondere Dienstleistungsbranchen wie IT und Logistik noch lang anhaltenden Vertriebsproblemen gegenüber. Gerade mittelständischen Unternehmern fällt es im Angesicht zögernder Kunden und sinkender Margen schwer, auch in Krisenzeiten Wachstum zu generieren.

Probleme

Das größte Problem ist dabei nicht, dass im operativen Alltag meist wenig Zeit für die Vorbereitung und die Neukundengewinnung bleibt. Die Probleme gehen tiefer, wie die aktuelle Studie "Managementkompass Wertemanagement", von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut aufzeigt. So kennen nicht einmal 45 % der Logistik-Dienstleister Basiskennzahlen der Kunden oder können über die Geschäftsentwicklung Auskunft geben. Mit so unvollständigen Informationen kann die eigene Marktposition nur schlecht gesichert und neue Kunden nur schlecht identifiziert werden.

Kombinierter Vertriebsprozess

„Deshalb steht bei unserem neuen Ansatz eine Geschäftsanalyse und Branchensegmentierung am Anfang der Beratung,“ sagt Manfred Krüger, einer der beiden Initiatoren von aktiv-neu-geschäft, und fährt fort, „dabei gleichen wir Branchenanforderungen mit Alleinstellungsmerkmalen ab, identifizieren und bewerten potentielle Kunden innerhalb der Branchen und entwickeln eine Angangsstrategie.“

Neu-Geschäft2010

„Damit das Unternehmen in den definierten Branchensegmenten dann überhaupt wahrgenommen wird und damit ein Vertriebs Erfolg möglich wird, integrieren wir gleichzeitig eine Kommunikations-Kampagne“, erklärt Werner Geilenkirchen, der andere der beiden Initiatoren. Dabei setzen die Experten auf die Tools der erprobten P3 Strategie, die besonders kostengünstig und zielgenau für mehr Profil, Prägnanz und Präsenz sorgen können.

Damit auch kleinere Unternehmen von diesem wirksamen Ansatz profitieren können, bieten die Initiatoren ein günstiges Basispaket zum Preis von 3.999 Euro an; das Neu-Geschäft2010-Angebot beinhaltet neben den branchengerecht aufbereiteten Daten auch eine speziell darauf zugeschnittene Positionierungs-Strategie.

Weitere Informationen unter www.aktiv-neu-geschäft.de

Portrait

HERZIG Marketing Kommunikation GmbH

Spezialagentur für IT- und Logistik-Marketing. Seit 1994 konzipiert und realisiert die Agentur Einzelmaßnahmen sowie strategische Marken- und Unternehmenskommunikation für KMUs und konzernweit eingesetzte Vertriebsmaßnahmen. Geleitet von Heike Herzig und Werner Geilenkirchen bietet das renommierte Beratungsunternehmen fundierte Branchenkenntnisse und Kontakte. So verschaffen die Kölner Spezialisten z.B. mit einem eigenen Logistikevent Zugang zu Märkten und Entscheidern. Als aktives Mitglied des Log-IT Clubs unterstützt HERZIG die Stärkung und Zukunftsausrichtung des Logistikstandortes Nordrhein-Westfalen.

move it, Manfred Krüger ist visionärer Partner für innovative, zuverlässige und wirtschaftliche Management- und Vertriebslösungen auf höchstem Niveau.

News-ID: 376510 • Views: 87 (Stand: 08.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/376510/aktiv-neu-geschäft-hat-Konjunktur.html>