

Unternehmen – Marketing – Planung 2010

29.12.2009, 17:24 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Michael Richter - Internationale Marketing- und Vertriebsberatung*



Biberach/Seekirch, den 21.12.2009 - Zielgerichtete Planung ist die Grundlage für den mittel- und langfristigen Erfolg.

Nachdem der Stress der Weihnachtszeit vorbei ist, ist es Zeit sich auf das Neue Jahr – oft gleichbedeutend mit dem Geschäftsjahr – auszurichten. Das beinhaltet, spätestens jetzt, planerische Aktivitäten und Entscheidungen. Einige davon bauen auf dem auf, was im letzten Jahr erreicht wurde, andere befassen sich mit neuen Zielsetzungen bzw. bauen ganz bewusst auf einen neuen Start und lassen die Vergangenheit ruhen.

Für so manchen kann das laufende Jahr nicht schnell genug vor bei sein - ein Jahr mit teilweise schmerzhaften Erfahrungen. Für andere ist es bedauerlich, da während des Jahres erlebte positive, persönliche oder geschäftliche, Situationen, damit auch ein Stück Vergangenheit werden. Und wieder andere sind sogar dankbar für den einen oder anderen Entwicklungsschritt, den sie aufgrund der wirtschaftlichen Situation sonst so nicht gemacht hätten.

Ob jetzt erst mit den Planungsschritten begonnen wird, oder vorhandene umgesetzt werden, in jedem Fall ist es sinnvoll,

sich auch erfolgreiche Firmen anzusehen. Nahezu alle verfügen über ein sorgfältig schriftlich formuliertes Leitbild – eine förmliche Niederlegung der Unternehmensziele, um Mitarbeiter zu informieren und anzuleiten, aber auch um diese Kunden und Lieferanten anhand zu geben.

Ein derartiges Leitbild sollte in jedem Unternehmen vorhanden sein, damit Fragen wie ‚Warum arbeite ich hier?‘ oder ‚In welche Richtung geht das Unternehmen?‘ bzw. ‚Woher weiß ich, wann ein Ziel erreicht ist?‘ allgemein gehalten beantwortet werden können.

Viele Firmen haben diesen Weg beschritten - nicht um Mitarbeitern usw. Fesseln anzulegen, sondern um Frieden zu stiften und eine klare Richtung vorzugeben, an der sich jedermann orientieren kann.

Die Aussage ‚Wenn Du nichts planst, wirst Du es jederzeit erreichen‘ kann zwar auch beruhigend sein, ist aber für ein Unternehmen keine Zukunftsperspektive. Ein Leitbild – das übrigens auch für das Leben jedes Einzelnen denkbar ist – hilft dabei festzustellen, wer wir glauben wer und wo wir als Unternehmen sind, was wir als Unternehmer erreichen wollen und wie das getan werden soll. Es ist ebenso möglich eine Zeitachse mit einzubauen (Bis wann?) bzw. die Motivation zu stärken (Warum?).

Wenn sich ein Unternehmen ein solches Leitbild gibt, ist leichter nachvollziehbar, ob die richtigen Dinge zur richtigen Zeit erledigt wurden, damit das Gesamtziel erreicht wird.

Eine der Grundlagen eines solchen Leitbildes ist die umfassende Information über die vorhandenen Märkte, Marktsegmente, Wettbewerber, usw. Sinnvollerweise werden die gesammelten Informationen – selbstverständlich mit klar erkannten ‚PROs‘ und ‚CONTRAs‘ versehen, damit sie berücksichtigt werden können – in einem Marketingplan zusammengefasst. Dieser bietet dann quasi einen ‚Fahrplan‘ für das Unternehmen und damit auch die Grundlage für große Teile eines Leitbildes, das nicht einen Traum sondern die erreichbare Wirklichkeit darstellt.

Hilfestellung bei allen Schritten der Marketingplanung bis zum Leitbild bietet die international erfahrene Marketing- und Vertriebsberatung Michael Richter - Seekirch/Baden-Württemberg.

Herr Richter widmet sich insbesondere dem Klein- und Mittelstand (KMU) und gibt erste Informationen auf seiner Webseite <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/>. Die Ländererfahrungen sind der Seite <http://www.internationales-marketingkonzept.de> zu entnehmen.

Portrait

Biografie/Vita

Michael Richter ist ein unabhängiger Unternehmensberater, der sich auf die strategische Vermarktung von Investitionsgütern und langlebigen Gebrauchsgütern spezialisiert hat. Seine Erfahrung bezieht sich auf alle Vertriebschienen, z. B. Direktverkäufe, Distribution, Partnerschaften, Internetvermarktung und mehr. Er hat mehr als 18 Jahre Erfahrung als Berater und war vorher mehr als 10 Jahre in leitenden Positionen in verschiedenen Industriebetrieben tätig – vom KMU bis zum Großbetrieb. Er unterstützt Firmen jeder Größenordnung - von der strategischen Marktbeobachtung/-untersuchung, über die Marketingplanung und Zielsetzungen für den Vertrieb, bis zur Umsetzung seiner Empfehlungen - weltweit. Daneben hält er interne Vorträge über alle Aspekte des internationalen Marketing. Seine Länderkenntnisse resultieren aus der Tätigkeit in/für mehr als 50 Länder auf allen 5 Kontinenten.

News-ID: 383890 • Views: 998 (Stand: 27.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/383890/Unternehmen-Marketing-Planung-2010.html>