

Sicher ans (Marketing)-Ziel kommen

12.01.2011, 17:09 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *KOKON - Marketing mit Konzept!*

Presseagentur: *KOKON -Marketing mit Konzept!*



Ziele sicher erreichen

Wer kennt die Situation nicht? Die Vorsätze sind groß, die Motivation zu Beginn des neuen Jahres hoch. Aber nicht nur im Privaten, auch im geschäftlichen Bereich wie im Marketing kann es passieren, dass der Alltag uns einholt und die Ziele in Vergessenheit geraten. Was kann man tun, damit das nicht passiert?

Wo soll es hingehen?

Wer von Karlsruhe an die Ostsee fahren möchte, wird kaum spontan in einen beliebigen Zug steigen und hoffen, irgendwann am Ziel anzukommen. Vielmehr wird vorher geprüft, welches Verkehrsmittel uns in einer bestimmten Zeit und zu angemessenem Fahrpreis ans Ziel bringt. Wer zur Bekanntheitssteigerung eines Herstellers von Elektronikbauteilen Pressemeldungen in einer Modezeitschrift veröffentlicht, sitzt definitiv im falschen Zug. Zwar besagt eine Redewendung, dass der Weg das Ziel ist – auf den Marketing-Prozess trifft dies allerdings nicht zu. Hier ist entscheidend, das Ziel im Vorfeld zu kennen, um die richtigen Mittel und Wege zu finden es zu erreichen. Deshalb ist es nützlich, zunächst einige Fragen zu beantworten: Wo steht das Unternehmen aktuell im Vergleich zu den Mitbewerbern? Was zeichnet es aus und was ist seine Philosophie? Ein klares Profil grenzt ab und bringt die Vorteile der Unternehmensprodukte für den Kunden verständlich auf den Punkt. Das ist auch wichtig, um konkrete Marketingziele einzugrenzen, damit das Interesse bei der Zielgruppe angeregt wird und zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und Imageaufwertung beiträgt. „Durch die richtigen Inhalte und aufeinander abgestimmte Maßnahmen wird Nachhaltigkeit im Marketing erreicht. Damit ist nicht nur Beständigkeit in den Inhalten gemeint, sondern auch die regelmäßige Präsenz des Unternehmens in der Öffentlichkeit“, so Marion Oberparleiter von der Ettlinger Agentur KOKON – Marketing mit Konzept!.

Was ist realistisch?

Genauso wenig, wie es machbar ist, innerhalb einer halben Stunde von Karlsruhe an die Ostsee zu fahren, kann man von einem Marketingkonzept erwarten, dass es ein unbekanntes Unternehmen innerhalb einer Woche zur bekannten Marke macht. Deshalb sollten die Ziele gut durchdacht sein und nicht nur das Endergebnis, sondern ebenso kurz- bis

mittelfristig erreichbare Teilziele beinhalten. Realistische Ziele sind in dem gesteckten Zeitrahmen mit einem gewissen Einsatz auch erfüllbar. Jedoch stellen allzu pessimistisch formulierte Vorhaben keine Herausforderung dar und verführen dazu, sich mit vermeintlichen Erfolgen zufriedenzugeben, die unterhalb des Möglichen liegen. Auch für die gewünschten Teilergebnisse ist eine präzise Richtungsangabe hilfreich. So gibt eine Formulierung wie „In 6 Monaten sollen sich die Page Impressions auf der Unternehmens-Website verdoppelt haben“ konkretere Hinweise für die Durchführung von Marketing-Maßnahmen als „Demnächst sollen sich die Page Impressions auf der Website erhöhen“. Nur durch die genaue Definition dessen, was erreicht werden soll, kann am Ende auch der Erfolg gemessen werden.

Wie kommen wir ans Ziel?

Ist die Zielsetzung ausformuliert und beinhaltet in regelmäßigen Abständen zu erreichende Teilergebnisse? Dann geht es darum, zu beurteilen, mit welchen Mitteln diese erreicht werden können. Um dem Marketingziel ein Stück näher zu kommen, ist die Stoffsammlung und Auswahl der geeigneten Instrumente wichtig. Dazu gehören Einzelereignisse genauso wie kontinuierliche Aktionen. Das Budget sollte realistisch auf die einzelnen Maßnahmen verteilt werden, um gegebenenfalls die Prioritäten der Instrumente und Maßnahmen zu verfeinern und bei der Erfolgskontrolle Vergleiche ziehen zu können. Dabei ist es hilfreich, bisher erfolgreiche Aktionen zu stärken und sich zu überlegen, welche konkreten Ergebnisse man von welchen Investitionen erwarten kann. „Gutes Marketing erfordert eine beharrliche Koordination, Anpassung und Umsetzung. Die Bestimmung eines Verantwortlichen für diese Aufgabe sorgt dafür, dass die gesteckten Ziele konsequent verfolgt und damit auch erreicht werden“, erklärt Marion Oberparleiter.

Portrait

KOKON – Marketing mit Konzept!

Die Marketingagentur in Ettlingen unterstützt Unternehmen dabei, die Schlagkraft des Marketings zu verstärken. Ziel der Arbeit von KOKON ist es, die Wirtschaftlichkeit und Effektivität 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 Stärkung ihrer Marketing-Bemühungen bietet.

Weitere Informationen unter: www.kokon-marketing.de
www.kokon-marketing.de/blog

News-ID: 500507 • Views: 875 (Stand: 02.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/500507/Sicher-ans-Marketing-Ziel-kommen.html>