

Alles ist ... Marketing ... ist Alles

11.08.2006, 14:32 | Werbung, Consulting, Marktforschung

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



Alles ist Marketing ... (... Marketingwege, Marketingmittel, Marketingziele),

weil alles was wir tun -als Einzelpersonen (besonders auch im Dienst für ein Unternehmen) - unser Bild in der Öffentlichkeit/beim Kunden bestimmt.

Ob

- * die Telefonistin,
- * der Produktionsleiter,
- * der Fahrer eines Firmenwagens,
- * ein Außendienstmitarbeiter, oder
- * der Unternehmer selbst ...

... jeder prägt den Eindruck des Unternehmens in der Öffentlichkeit - da kann die Werbung (oft als 'Marketing' missverstanden/missinterpretiert) noch so 'gut/positiv' sein.

Beispiele:

1. Die Telefonistin (aber auch jeder andere, der 'Telefonkontakt' nach außen hat) ist höflich oder unhöflich/kurz angebunden - der Kunde/Anrufer ist beeindruckt
2. Der Produktionsleiter ist überheblich, oder nicht - der Lieferant einer Maschine wird vielleicht darüber reden, beim Stammtisch oder auch bei einem Wettbewerber
3. Der Fahrer eines beschrifteten Firmenwagens schneidet einen anderen - vielleicht war es der beste Kunde ... !?
4. Ein schlampig gekleideter, unhöflich auftretender oder arroganter Außendienstmitarbeiter (der sich nicht mit den Probleme seines Kunden identifiziert oder der ihm das Blaue vom Himmel verspricht, was das Unternehmen letztlich nicht halten kann/will) hat sicher keinen großen Erfolg, selbst wenn der besuchte Kunde/Interesse ein Produkt wie unseres sehr dringend braucht
5. Vor kurzem erlebt: Ein Chefredakteur redet bei einer Podiumsdiskussion verschiedener Zeitungsleute teilweise am Thema vorbei und verfolgt 'seine' politische Linie - der Leser wird möglicherweise negativ beeinflusst

und vieles, vieles andere mehr.

... Marketing ist Alles,

Ein Beispiel, das ich gerne benutze:

Gesetzt den Fall, SIE könnten (künstliches und nicht für Schmuck, aber für alle industriellen Zwecke genau so einsetzbares) Gold zum Kupferpreis herstellen und würden es - mit einem sehr guten Profit - zum Silberpreis verkaufen.

Wenn es keiner weiß, bleiben Sie darauf sitzen.

Große Plakat-Werbeaktionen oder ähnliches würden in diesem Fall wahrscheinlich nur Unglauben hervorrufen - oder einen 'run' der möglicherweise die falschen Kunden/Interessenten, den Sie nicht verkraften könnten, auslösen -, es wäre also wichtig, dass man dieses Gold genau den Käufergruppen anbietet, die es für Ihre Produkte wirklich und dringend brauchen.

Und die Wege dahin kennt 'das Marketing/die Marketingabteilung' (siehe auch >> 'Marketing versus Vertrieb' - <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/marketing/vertrieb-gegenueber-marketing.htm>)

* von der Marktanalyse (>> http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/lexikon/analyse-der-kundenbranche__21.htm><http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/kunden/marketing-test.htm>)

Marktsegmentierung, über

* die Wahl des dem Kunden angenehmsten Vertriebsweges (>> <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/fenster/welche-vertriebsform.htm>) und möglichen Preises, bis zum

* Gespräch mit dem Kunden, der Er-/Kenntnis der Kundenprobleme,
u. v. a. m.

Selbstverständlich geht es nicht ohne die Entwicklungsabteilung (die dann genau die technischen Parameter beschreibt, die den Einsatzzweck bestimmen) oder die Produktion (die dafür Sorge tragen muss, dass die Qualität stets gleich bleibt)

und

selbstverständlich sind alle letztgenannten Dinge sehr stark vom einzelnen Unternehmen abhängig und nicht zu verallgemeinern, aber ... - alles das vorausgesetzt,

um den richtigen Kunden, im richtigen Marktsegment, mit den richtigen Bedürfnissen, zur richtigen Zeit und über die richtigen Vertriebswege 'zu finden, zu überzeugen und zu halten', benötigt man Marketing

Ergo:

Alles ist ... Marketing ... ist Alles

Portrait

Michael Richter - Internationale Marketing- und Vertriebsberatung - befasst sich seit mehr als 35 Jahren mit der Vermarktung der verschiedensten Investitionsgüter und langlebigen Gebrauchsgüter auf allen 5 Kontinenten - seit 1991 als selbständiger Marketing-/Vertriebsberater, insbesondere für KMU

News-ID: 96216 • Views: 76 (Stand: 25.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/96216/Alles-ist-Marketing-ist-Alles.html>