

Marketing lässt sich planen !

Gerade in Zeiten gesättigter Märkte ist Marketing ein wichtiges Instrument, um Produkte und Dienstleistungen erfolgreich zu verkaufen. Ein eigener Marketing-Plan hilft Ihrem Unternehmen, sich auf seinem Markt zu positionieren. Als Gründerin oder Gründer eines kleinen Unternehmens können Sie beispielsweise in folgenden Schritten vorgehen:

1. Wie ist die Marktsituation?

Märkte sind bekanntlich in Bewegung. Darum sollten Sie sich ständig Informationen über die Märkte bzw. die Situation, in der sich Ihr Unternehmen befindet, beschaffen. Die Informationen können Sie sich weitgehend selbst erschließen oder aber externe Hilfe in Anspruch nehmen.

und besser als die Konkurrenz sein können, z. B. bei einer höheren Produktqualität, qualifizierterem Personal, freundlicherem Service, günstigeren Preisen, schnellerem Vertrieb, persönlicherer und ständiger Kundenkommunikation.

3. Welches sind Ihre Marketing-Ziele?

Sie haben festgestellt, wie die Situation in Ihrem Unternehmen und auf dem Markt ist und welche Stärken und Schwächen vorliegen. Auf dieser Grundlage können Sie kurz- (1 – 3 Jahre), mittel- (4 – 5 Jahre) und langfristige (6 – 10 Jahre) Ziele festlegen. Achten Sie darauf, dass Sie diese Ziele so formulieren, dass Sie später auch deren Erfolg

kontrollieren können. Kurzfristige Ziele können z. B. sein: Wir wollen unseren Absatz, Umsatz, Gewinn bis 200X um xy Prozent steigern. Wir wollen mit unserem Angebot bis 200X einen Marktanteil von xy Prozent erzielen. Ein langfristiges Ziel kann sein: Wir wollen, dass Kunden und Konkurrenten unser Unternehmen bis 200X mit einem umweltfreundlichen Image verbinden.

4. Welches sind Ihre Marketing Maßnahmen, mit denen Sie diese Ziele erreichen wollen?

Schauen Sie sich die Ergebnisse Ihrer Marketing-Zielsetzungen an. Entwickeln Sie davon ausgehend nun Marketing-Maßnahmen. Sie sollten dafür vor allem folgende Fragen beantworten und die Antworten in die Tat umsetzen: Wie genau soll Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung beschaffen sein? Zu welchem Preis wollen Sie Produkt bzw. Dienstleistung anbieten? Mit welchen Vertriebsak-

tivitäten wollen Sie Ihre Kunden erreichen? Was wollen Sie im Bereich Werbung und Kundenkommunikation tun? Um Marketing erfolgreich realisieren zu können, müssen Sie einen sinnvollen Mix dieser Marketing-Maßnahmen entwickeln und alle Maßnahmen optimal aufeinander abstimmen.

Um den „Knackpunkt“ oder den „roten Faden“ für Ihr Marketing zu finden, sollten Sie sich fragen: **Welches ist die Haupthürde, die verhindert, dass Sie Ihre Ziele erreichen?**

Wenn Sie diese Haupthürde erkannt haben, können Sie diese zum Dreh- und Angelpunkt Ihrer Marketing-Maßnahmen machen.

Was hindert Sie z. B. daran, Ihren Umsatz zu steigern? Warum können Sie im Gegensatz zu Ihren Konkurrenten keine neuen Märkte erschließen? Bei der Ursachenforschung können Sie auch externe Beratung in Anspruch nehmen, um darauf aufbauend gezielt Maßnahmen zu entwickeln.

5. Wie hoch ist Ihr Marketing-Etat?

Hier geht es um Werbung, Verkaufsförderung und Kommunikation mit Kunden. Alle denkbaren Marketing-Aktivitäten haben eine „natürliche“ Grenze: Ihr Marketing-Budget.

Welche Summe Sie für Ihre geplanten Kommunikationsaktivitäten einplanen müssen, lässt sich nicht pauschal beantworten. Eine Orientierungsgröße könnte ein bestimmter Prozentanteil Ihres Umsatzes sein. Wenn Sie als Neuling in einen Markt vordringen oder ein neues Produkt einführen wollen, müssen Sie einen höheren Kommunikations-Etat einplanen.

6. Überprüfen Sie den Erfolg Ihrer Marketing-Maßnahmen

Der Erfolg von Marketing-Maßnahmen ist nicht immer leicht zu messen: Wie ist der Erfolg Ihrer Werbung? Wird Ihr Produkt tatsächlich häufiger gekauft, weil es eine andere Verpackung hat?

Um tatsächlich den Erfolg einzelner Maßnahmen zu messen, müssen Sie auf Informationskanäle zurückgreifen, die Ihnen bereits bei der Analyse der Marktsituation gedient haben.

Termine im November

01.11.09

Mandala - Gemeinsam Stille entdecken, Duisburg

08.11.09

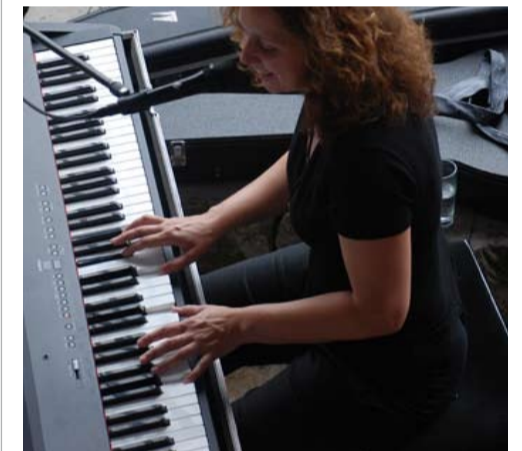
Women Businessclub e.V. Brunch, Oberhausen

09.11.09

Chinesische Medizin - mehr als Akupunktur, Oberhausen

13.11.09

Konzert Manú Kay & Milchkafee Blau, Ruhrwerkstatt Oberhausen



Noch mehr Termine unter

www.women-businessclub.de

Buchtipps

Kurzweilig und inspirierend: Fünf Biografien erfolgreicher Unternehmerinnen - Brillante Bilanzen und bewegende Biografien: Das sind die Elemente für Magdalena Kösters spannendes Buch über fünf erfolgreiche Unternehmerinnen. Sie präsentiert Frauen aus fünf Ländern und zwei Jahrhunderten - von der Gründerin der weltbekannten Champagnermarke Veuve Cliquot bis hin zur Body-Shop-Erfinderin Anita Roddick.

Magdalena Köster: Brillante Bilanzen. Fünf Unternehmerinnen und ihre Lebensgeschichte, Beltz & Gelberg 2005, 324 Seiten, 19,90 Euro.



Body-Shop-Gründerin Roddick nach der Verleihung des Titels Dame of the Empire 2003: Eigentlich war sie Lehrerin

Typische Marketing-Fehler von Existenzgründern

Fehlende Marktorientierung

Bei der Überprüfung von Gründungskonzepten stellen Experten immer wieder fest: Gründerinnen und Gründer sind sehr oft Meister ihres Fachs. Gleichzeitig fehlen in vielen Businessplänen Informationen darüber, ob Produkt oder Dienstleistung vom Markt überhaupt gewünscht sind und wie diese „an den Mann“ gebracht, also verkauft werden sollen.

Fehlendes Unternehmens-„Gesicht“

Unternehmen verstehen sich oft lediglich als Produkt- oder Dienstleistungsanbieter.

Sie übersehen dabei, dass sie vom Kunden nie allein, sondern als „komplexes Ganzes“ gesehen werden.

Problematisch ist, dass viele Gründerinnen und Gründer die Bedeutung des Firmenauftritts unterschätzen. Wichtig ist vielmehr, dem Unternehmen so schnell wie möglich ein „Gesicht“ zu geben und diese Identität systematisch und einheitlich zu kommunizieren.

Dazu gehören:

- sinnvolle Namensgebung
- ein aussagekräftiges Logo
- einheitliche, für die Firma repräsentative Geschäftspapiere (von der Visitenkarte bis hin zur Imagebroschüre)

Erlahmende Öffentlichkeitsarbeit

Mit einer einmaligen, noch so schwungvollen Eröffnungsaktion zum Unternehmensstart sollte Ihre Öffentlichkeitsarbeit keinesfalls erledigt sein. Ihr Unternehmen bekannt zu machen und zu erhalten, ist Chefsache. Dies ist eine permanente Aufgabe, die Sie als Inhaber eines jungen Unternehmens ständig verfolgen sollten.

Werbekiller „Tagesgeschäft“

Viele Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer vernachlässigen ihren Außenauftritt und ihre Werbeanstrengungen, weil sie vom Tagesgeschäft viel zu stark beansprucht werden. Vergessen Sie über die Belastungen des Alltags nicht: Sie sollten einen Vertriebsmaßnahmenplan und Werbeplan aufstellen. Beide sollten Vorgabe für die einzel-

nen Verkaufs- und Werbemaßnahmen sein.

Verzettelte Akquise

Sehr häufig müssen Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer nach einer erfolgreichen Startphase registrieren, dass Auftragseingang und Verkauf stagnieren. Gleichzeitig sind nur wenige neue Kunden hinzugekommen.

Hintergrund: Sie haben sehr oft Probleme, ihre Akquisebemühungen zu konzentrieren und – im Sinne des Unternehmenskonzeptes – zielgruppengenaue zu gestalten.

Sie verzetteln sich, der Erfolg aller Bemühungen rechtfertigt den Aufwand nicht, die Kosten übersteigen die Einnahmen.

Hier hilft eine konsequente Abgrenzung der Zielgruppe.

Nicht vorbereitet auf die Gegenmaßnahmen der Konkurrenten

Die wenigsten Unternehmen machen sich bewusst, dass eine Marketing-Offensive in einem engen Markt den Wettbewerb herausfordert. Kurzfristige Erfolge müssen auch

langfristig abgesichert sein. Man muss sich Gedanken machen darüber wie ein Wettbewerber reagieren wird, der angegriffen wird. Senkt er die Preise? Verbessert auch er seine Produkte?

Machen Sie sich vorab Gedanken, welche Möglichkeiten der Wettbewerber hat, sich zu wehren. Er wird es tun!

Fehlende Absatzplanung

Begehen Sie nie den Fehler, Ihren Absatz danach zu planen, was Sie produzieren können oder anbieten möchten.

Überlegen Sie vorher:

Wer soll Ihre Produkte kaufen? Wie viele werden Sie voraussichtlich absetzen können?

Falls Sie sich bei einem neuen Produkt unsicher sind, testen Sie den Absatz in einem Testmarkt. Selbst bei bester Planung kommen immer wieder Überraschungen zutage.

[Quelle: Gründerzeiten, Nr. 20 2009]

Ernährung im Winter aus Sicht der Traditionellen Chinesischen Medizin

Schauen wir uns die Ernährung unserer Großeltern an, können wir Parallelen zur TCM (Traditioneller Chinesischer Medizin) feststellen. Gerade in der Winterzeit aßen unsere Großeltern z.B. Lebkuchen, Plätzchen, Brot und andere Gerichte, die mit wärmenden Gewürzen wie Zimt, Nelken, Muskat, Koriander, Pfeffer oder mit vitaminreichen Trockenfrüchten wie Rosinen, Äpfel, Feigen, Zwetschgen und/oder mit Nüssen (wichtigen Fettsäuren) zubereitet worden sind.

Warum? Wie sieht die TCM (Traditioneller Chinesischer Medizin) dieses?

Gerade im Winter hat die Ernährung eine vorbeugende und die Gesundheit erhaltende Funktion, vor allem auch zum Ausgleich von klimatischen Einflüssen wie Wind, Kälte und Feuchtigkeit.

Sicher haben Sie schon einmal bemerkt, dass Ihnen nach dem Genuss von Rotkohl, einem Glas Rotwein oder einem Lamm-Ragout ziemlich warm wurde.

Es gibt also Lebensmittel, die in unserem Körper Wärme abgeben und uns dadurch „erwärmen“.

Da im Winter unser Körper vermehrt der Kälte, Feuchtigkeit und Nässe ausgesetzt ist, sollte man nach der TCM vermehrt wärmende Nahrungsmittel zu sich nehmen und auf die zusätzlich zur Jahreszeit übermä-

ßig kühlenden oder befeuchtenden Nahrungsmitteln verzichten.

Der Winter ist nach TCM die Jahreszeit des Rückzugs und der Rege-



neration und gehört zum Element Wasser. Dem Wasser-Element sind Nieren und Blase zugeordnet. Im Winter ist es daher wichtig, unsere Nieren vor eindringender, äußerer Kälte zu schützen.

Warme Suppen und Eintöpfe, Hülsenfrüchte und gut gewürzte Speisen mit wärmenden Gewürzen erfüllen diese Funktion. Ideal wäre es sogar täglich drei warme Mahlzeiten zu sich zu nehmen.

Doch was sind jetzt die richtigen Nahrungsmittel?

Wintergemüse: Wirsing, Grün- und Weißkohl, schwarze Bohnen, Linsen, schwarzer Sesam, schwarzer Reis,

Fenchel, Frühlingszwiebel, Lauch, Zwiebeln, Porree, Kraut, Kürbis, Pastinake, Rote Rüben

Schweine-, Lamm-, Rindernieren, Fasan, Rind, Huhn, Hirsch, Ziege, Forelle, Garnele, Thunfisch, Lamm

Gewürze, wie frischer Ingwer, Zimt, Kardamom, Vanille, Gelbwurz (Kurkuma), Lorbeerblatt, Safran, Cayenne-pfeffer, Gewürznelken, Bohnenkraut; Chili, Curry, Pfeffer, Nelken, Lorbeer, Schnittlauch, Wacholderbeeren.

Apfel-Zimt-Tee oder Gewürztee mit Ingwer oder Kardamom

Eintöpfe, Gebackenes
Ideal sind auch Walnüsse: Diese sollten aber nicht roh verzehrt werden, sondern mitgekocht werden.

Beginnen Sie den Tag doch einmal mit einem warmen Frühstück. Ein gekochter Getreidebrei aus gerösteten Haferflocken oder Dinkelgrieß, verfeinert mit geriebenen Mandeln oder gehackten Walnüssen und einem Apfel- oder Birnenkompott ist ein guter Start in den Tag und Sie werden den Unterschied zum Brot am Morgen merken.

Mittags ist ein gekochtes Mittagessen ebenfalls besser als das Wurst- oder Käsebrötchen zwischendurch. Mit einem gut gewärmten Gefühl im Bauch sind Sie nicht so anfällig für Erkältungskrankheiten.

Als Abendessen empfiehlt sich im Winter ein Gemüseintopf aus Wurzelgemüse mit Getreide oder eine schmackhafte Suppe.

Ein Glas Rotwein oder Glühwein darf es jetzt auch mal bei regnerischem und kaltem Wetter sein. Auf den Verzehr des Obstes brauchen Sie im Winter nicht zu verzichten.

Die Zubereitung ist wichtig. Gut sind z.B. Bratäpfel, heiße Esskastanien, gebratene Bananen, Dörrozweitschgen, Rosinen..., in warmen Brei wie Haferflocken, Polenta, Gries..., mit Honig angemacht bietet dem Organismus reichlich Wärme, Energie, Vitamine und Mineralstoffe um gesund durch den Winter zu kommen.

Durch eine angepasste Ernährung, unter Berücksichtigung der individuellen Konstitution und der Jahreszeit, kann der Organismus im Winter optimal geschützt und nachhaltig gestärkt werden. So beugt man gleichzeitig der weit verbreiteten Frühjahrsmüdigkeit vor, die laut TCM u.a. auf falsche Ernährung in den Wintermonaten zurückzuführen ist.

Auch hier wieder der Hinweis: Um für einen Menschen die richtige Ernährung zusammen zu stellen, bedarf es einer genauen chinesischen Anamnese, einer Puls- und Zungendiagnostik.

Ihre Beate Winterfeld

www.heilpraktikerin-winterfeld.de

Unternehmerinnentag

Selbständigkeit ist eine Kunst!

Bilanz – Strategie – Wachstum

Was ist dran am neuen Mythos „starker“ Frauen in der Wirtschaft? Können Sie dem „immer höher, schneller, weiter“ etwas entgegen setzen? Der Unternehmerinnentag NRW gibt darauf seit 14 Jahren Antworten. Hier werden auch die Innovationen der kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) gezeigt und Vorbilder eingeladen, die ihre Erfahrungen weitergeben.

Selbständige müssen sich eben immer wieder neu erfinden und auf dem Unternehmerinnentag NRW können sie ihren Reality-Check machen. Sie nehmen sich Zeit für strategisches Denken, Reflexion der eigenen Ziele und persönliches Auftreten mit anderen Chefinnen. Und auch Gründerinnen sind eingeladen herauszufinden, ob sie das Zeug zur Chefin haben. Dabei werden sie tatkräftig unterstützt von Mentorinnen und Coaches, in Seminaren und Foren.

Im Mittelpunkt stehen Austausch, Kontakte, Fortbildung und Vernetzung für Chefinnen, Freiberuflerinnen, Handwerkerinnen und Gründerinnen. Unter dem Motto: „Selbständigkeit ist eine Kunst! Bilanz – Strategie – Wachstum“ lädt die Tagung am 17.4.2010 Unternehmerinnen aus Nordrhein-Westfalen nach Gelsenkirchen ein.

www.chefin-online.de

Aus den Unternehmen

Godita – italienisch genießen

Das Olivenöl OLIVASTRO des Produzenten Americo Quattrociochi wurde von dem Gourmet-Magazin DER FEINSCHMECKER als eines der 12 besten Olivenöle (von 800 getesteten) prämiert - zu beziehen über Godita.

Godita bietet kulinarische Geschenke/Präsente zu Weihnachten an. Die Geschenke werden ganz individuell zusammengestellt und auf Wunsch auch liebevoll verpackt und verschickt. Es gibt keinen Mindestbestellwert. Personalisierte Präsente mit Firmenlogo etc. sind bei rechtzeitiger Bestellung möglich.

Mitgliederinnen des Women-Business-Clubs erhalten 5 % auf den Rechnungsbetrag (gültig bis 31.12.2009).

www.godita.de

KUNSTLICHT und Nachwuchs bei manukai[design]

Am 7. November öffnen Oberhausener Künstler ab 17.00 Uhr wieder ihre Ateliers für Besucher. Auch das Atelier von Manuela Kaiser ist mit dabei. Diesmal allerdings wird von den Kaiser's Musik gemacht. Dazu gibt es Malerei und Mode von Maren Kaiser und Sabine Peters.



Maren Kaiser, Motiv: Blumen

Neu dabei im Atelier ist Janin Kaiser und zuständig für Übersetzungen sowie das Pflegen und aktualisieren der Internetseiten. Für Burkhard Drescher hat sie zusammen mit Manuela Kaiser die Internetpräsenz entwickelt und ins Englische übersetzt.

www.manukai.de



Foto-Lyrik-Kalender 2010 „In Grün“

Der neue Fotokalender mit Texten der Lyrikerin Cornelia Ehse zu Fotografien der Fotografin Katja Liedle ganz in grün. Zu beziehen über www.soulimages.eu

WBC-Mitglied des Monats November



Ulrike Burkardt

Beruf: Pfarrerin in der Luther-Kirchengemeinde in Oberhausen

Unternehmen:

Schwingende Schalen

Klangmassage nach Peter Hess® Reiki; z.Zt. Ausbildung zur „Klangpädagogin nach Traumkraft“ und zur „Atempädagogin in Funktion-

Unternehmerin beschäftigt nur junge Mütter

Die Memminger Unternehmerin Sabine Kober hat ein ungewöhnliches Beschäftigungskonzept: Für sie arbeiten nur junge Mütter mit Kleinkindern. Beide Seiten profitieren. Die Mütter sind begeistert, weil sie Beruf und Familie unter einen Hut bringen können, die Chefin schwärmt vom Organisationstalent und dem Enthusiasmus ihrer Mitarbeiterinnen.

www.sabinekober.com

Aktuelles

Elli Schnierle ist Kfz-Unternehmerin des Jahres 2009

Der Branchenaward »kFz-betrieb«-Women's-Award geht dieses Jahr an die Geschäftsführerin des Mercedes-Benz-Service-Betriebs Wilhelm Jesinger KG, Elli Roderburg-Schnierle. Die 59-Jährige aus Esslingen erhielt die Auszeichnung auf dem Unternehmerinnenkongress des Kfz-Gewerbes in München. „Elli Roderburg-Schnierle hat die Jury mit ihrer außergewöhnlichen Laufbahn und ihren erreichten Zielen überzeugt“, urteilte »kFz-betrieb«-Chefredakteur Wolfgang Michel bei der Preisverleihung.

Wirtschaftsnobelpreis 2009 geht erstmals an eine Frau

Der Nobelpreis für Wirtschaft geht in diesem Jahr an die US-Forscher Elinor Ostrom und Oliver Williamson. Das teilte das Nobelpreis-Komitee in der schwedischen Hauptstadt Stockholm mit. Mit Ostrom gewinnt erstmals in der Geschichte des Wirtschaftsnobelpreises eine Frau die Auszeichnung. Der Preis wird seit 1969 vergeben, mit Ostrom und Williamson wurden seither insgesamt 64 Wissenschaftler geehrt.

eller Atmungstherapie nach Parow“

Mitglied im Europäischen Fachverband für Klang-Massage-Therapie e.V.

Kontakt:

Arndtstraße 4
46047 Oberhausen
Telefon 0208 97040915
info@schwingende-schalen.de
www.schwingende-schalen.de

Viele gute Gründe...

Sie kennen ihn. Er kommt monatlich und mit ihm kommen viele Informationen und Themen: der Newsletter **impulse**.

Informationsmedium für Unternehmerinnen und Existenzgründerinnen: informativ, aktuell, und übersichtlich, mit starkem regionalem Bezug. Nutzen Sie den Newsletter für Ihren Erfolg.

Sie wollen endlich mehr Kunden? Der Women Businessclub e.v. bietet Werbung on -und offline.

Sie können in unserem Newsletter inserieren. Oder sie schalten Ihre Werbung auf unserer gut besuchten Website.

Hier haben Sie die Möglichkeit Ihr Unternehmen gezielt bei Frauen mit hohem Bildungsabschluss und vielseitigen Interessensgebieten vorzustellen und zu platzieren.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit.

Kontakt: Manuela Kaiser
wbc@women-businessclub.de
Telefon 0208 6206400

- Networking
- Vorträge / Workshops
- Branchenbuch
- Kooperationsbörse
- Empfehlungsmarketing

Der nächste Newsletter wird herausgegeben am **30. November 2009**. Wünsche und Anregungen gerne an wbc@women-businessclub.de

Redaktionsschluss für Ihre Werbung oder redaktionellen Beiträge ist der 23. November 2009.

IMPRESSUM

Ausgabe: November 2009
Herausgeber: Women Businessclub e.V.
Manuela Kaiser
wbc@women-businessclub.de
Postanschrift: Bleysfeld 3
46047 Oberhausen
Telefon: 0208 62 06 400
Fax: 0208 62 06 833
Internet: www.women-businessclub.de
Der Women Businessclub e.V.
auf XING