

Zielgerichtetes Handeln statt Aktionismus **Marketing in wirtschaftlichen schwierigen Zeiten**

Die Medien sind aktuell voll von düsteren Zukunftsszenarien – und inzwischen spüren es auch viele Unternehmen: Aus der Finanzkrise ist eine Wirtschaftskrise geworden. Geplante Investitionen werden aufgeschoben, Privatleute wie Unternehmen sparen bei Investitionen.

„Wer keine Werbung treibt, um Geld zu sparen, könnte ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.“

Henry Ford

Wie können Sie in dieser Situation richtig agieren, so dass Ihre Geschäfte nicht einbrechen. Darum geht es in dieser Sonderausgabe des Zielgenau-Newsletters. Neben inhaltlichen Tipps finden Sie am Ende auch ein attraktives Angebot: **Zielgenaue Marketingberatungen werden bezuschusst!**

Aktionismus und Reagieren

Kein Tag vergeht ohne Krisenmeldung. Viele Nachrichten drehen sich um Rettungspakete, einbrechende Kurse, drohende Entlassungen. Der Begriff Rezession geistert durch das Land.

Die Reaktionen im Marketing auf diese Krise sind unterschiedlich – sie lassen sich in drei Gruppen unterteilen:

1. Sparen im Marketing

Die Investitionen in das eigene Marketing werden reduziert, geplante sowie notwendige Aktivitäten werden ausgesetzt. Die Werbeaufwendungen sind bereits im Oktober stark rückläufig – Tendenz weiter fallend.

Diese Unternehmen stellen in einer Zeit der Unsicherheit die Kommunikation mit

(potentiellen) Kunden ein bzw. reduzieren sie – dabei brauchen diese genau in dieser Zeit Sicherheit und Information!

2. Aktionismus

Andere Unternehmen betreiben gerade jetzt Aktivitäten. Viele Flyer werden produziert und verteilt, viele Mailings versandt, Events und Verkaufsförderungen veranstaltet, usw. ...

Bei vielen dieser Maßnahmen ist der „rote Faden“ nicht zu erkennen. Es wird etwas getan, weil man etwas tun muss. Die Folge ist ein zum Teil teurer Aktionismus – ob sich diese Investitionen wirklich rechnen, bleibt offen.



3. Preiskampf

Der Preiskampf ist eröffnet. Rabatte, Preisnachlässe und In-Zahlung-Nahmen locken die Käufer. Die Hoffnung ist, möglichst schnell noch viel zu verkaufen, solange noch Geld da ist.

Leicht wird dabei übersehen, dass der Verkauf über den Preis hart ist und viele Unternehmen darüber mittel- und langfristig verlieren.

Im Vordergrund steht bei diesen Vorgehensweisen das Reagieren – auf den Markt, die Wirtschaft, die Konkurrenz. **Erfolgsversprechender ist aber ein aktives Handeln – oder wie es der Begriff schon ausdrückt – verschiedene Maßnahmen gezielt zu „unternehmen“.**

Zielgerichtetes Handeln

Welche Aktivitäten und Maßnahmen sollte ein Unternehmen unternehmen, um die aktuelle Wirtschaftskrise erfolgreich zu überstehen? Bedenken Sie, dass die Menschen in diesen Zeiten Sicherheit, Vertrauen und Kontinuität suchen.

Sehen Sie die Krise als Chance!

Jede Krise beinhaltet auch Chancen – gerade erfolgreiche Unternehmen haben Krisenzeiten genutzt, um neue Produkte, Dienstleistungen und Angebote auf dem Markt einzuführen. In Krisenzeiten sind Innovationen sowie neue Denk- und Sichtweisen gefragt!

Schärfen Sie Ihr Profil

In Zeiten mit unklaren Zukunftsaussichten sind Menschen und Unternehmen gefragt, die ein klares Profil haben. Sie bieten Orientierung und Sicherheit. Schärfen auch Sie Ihr Profil – hierzu gehören u.a. eindeutige, innovative Marketingstrategien, das Bewusstmachen der eigenen Stärken und Vorteile (USP) sowie eine klare Kommunikation.

Positionieren Sie sich klar

Die Wahl der optimalen Marktnische und der richtigen Positionierung ist ebenfalls wichtig. Das geeignete Umfeld – und man wird stärker wahrgenommen.

Verdeutlichen Sie Ihre Werte

Die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise ist auch eine Krise der Werte. Gefragt sind daher Unternehmen, die für klare Werte stehen und diese auch leben. Vertrauen und Glaubwürdigkeit zählen heute mehr als schöne Werbeversprechen!

Intensivieren Sie die Kundenbindung

Ihre Kunden kennen Ihre Angebote. Pflegen Sie diese Beziehungen und Kontakte, suchen Sie das Gespräch. Nutzen Sie die Chance, weitere Aufträge oder hilfreiche Empfehlungen zu erhalten.

Sprechen Sie neue Zielgruppen an

Neben den bekannten Kunden- und Zielgruppen sollten Sie neue Gruppen ansprechen – es gibt genügend Menschen und Firmen, die auf Ihre Angebote warten! Garantiert.

Handeln Sie antizyklisch

Krisen bieten sich an, anders als die Mitbewerber zu agieren – gerade im Marketing. Auch hier sind neue Wege und Instrumente gefragt.

Konzentrieren Sie Ihre Mittel!

Sparen Sie in Krisensituationen – aber an der richtigen Stelle. Überprüfen Sie alle bisherigen Marketing- und Werbemaßnahmen. Konzentrieren Sie Ihr Marketingbudget dort, wo es am Dringendsten und am Erfolgreichsten ist.

Holen Sie sich Unterstützung

Nutzen Sie das Know-how der Agentur Zielgenau und holen Sie sich jetzt die Unterstützung für Ihr Marketing.

Öffentliche Zuschüsse

Für eine strategische Marketingberatung durch die Agentur Zielgenau können Unternehmen öffentliche Zuschüsse erhalten. Hierzu stehen verschiedene Förderprogramme zur Verfügung, die kurzfristig in diesem Jahr als auch 2009 genutzt werden können. **Bis zu fünf Beratungstage können mit bis zu 300 EUR pro Tag gefördert werden!**

Ausblick

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sollten Unternehmen in ihr Marketing investieren. Dabei ist kein Aktionismus hilfreich, sondern ein bewusstes, unaufgeregtes und zielgenaues Handeln.

Zielgenau. Ihr Wettbewerbsvorteil