

Ihre besten Seiten.

mehrWEB.net

Copyright © 2011-2012 mehrWEB.net - Institut für Web-Marketing - MARKT - "Mensch - Markt - Mehrwert" - Veranstalter: ASM e.V., Hamburg - 2012-11-15

1

 **mehrWeb.net**
webt.wirkt.verkauft



„Markt“

Wie passe ich mein Produkt / Dienstleistung immer wieder an Veränderungen an?

Moderierte Vorträge „Mensch – Markt – Mehrwert“
Existenzgründung unter geänderten Rahmenbedingungen

Donnerstag, 15. August 2012 · 17:00 bis 20:00 Uhr

Referent:
Rainer Kopitzki, Diplom-Kaufmann und Manfred W. Schoppe, Dipl. Betriebswirt (FH)
Geschäftsführende Gesellschafter
mehrWEB.net – Institut für Web-Marketing

Im Rahmen der Veranstaltung von ASM – Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e. V., Hamburg

Copyright © 2011-2012 mehrWEB.net - Institut für Web-Marketing - MARKT - "Mensch - Markt - Mehrwert" - Veranstalter: ASM e.V., Hamburg - 2012-11-15

2

Was wir machen.

Webseiten...



Ihre besten Seiten.

mehrWEB.net



Wer wir sind.



Rainer Kopitzki
Diplom-Kaufmann

Kernkompetenzen: Marketing, Werbung, PR

Über 15 Jahre in leitender Position im Marketing tätig.

Seit 2010 selbstständig

Brand Improvement – Agentur für Marketing, Werbung, PR



Manfred W. Schoppe
Dipl. Betriebswirt (FH)

Kernkompetenzen: Marketing, Markenführung, Führung

Über 20 Jahre in leitender Position im Marketing tätig.

Seit 2005 selbstständig (KfW Beraterbörse, NBank)

MWS Consulting – Die Unternehmensberatung für Marketing,
Markenführung, Führung

„Markt“

Wie passe ich mein Produkt / Dienstleistung immer wieder an Veränderungen an?

Moderierte Vorträge „Mensch – Markt – Mehrwert“
Existenzgründung unter geänderten Rahmenbedingungen

Donnerstag, 15. August 2012 · 17:00 bis 20:00 Uhr

Referent:

Rainer Kopitzki, Diplom-Kaufmann und Manfred W. Schoppe, Dipl. Betriebswirt (FH)
Geschäftsführende Gesellschafter
mehrWEB.net – Institut für Web-Marketing

Im Rahmen der Veranstaltung von ASM – Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e. V. , Hamburg



Die Situation

Markt und Trends

- Die Entwicklung von Märkten, das Verhalten der Kunden wird immer undurchsichtiger.
Einerseits führt die Geiz-ist-geil-Mentalität auf der Jagt nach dem günstigsten Preis zu immer stärkerem Kostendruck, andererseits werden Qualität und Service erwartet.
- Im Consumer-Bereich boomt der Discount-Handel, gleichsam erzielen Premiumprodukte bisher ungeahnte Zuwachsraten.
Der Freizeitrend ist ungebrochen, dabei wächst der Trend zum Cocooning.



Die Herausforderung

Der Wettbewerb verschärft sich ständig.

Produkt-Lebenszyklen werden immer kürzer.

- Neue Anbieter drängen auf etablierte Märkte.
- Es gibt nahezu nichts mehr, was es nicht schon gibt.
- Irgendwie ist doch alles das Gleiche.
- Das eigene Angebot droht in der Masse unterzugehen.

→ Wie soll man da noch besser sein ?



Problem: Reizüberflutung

- In Europa und den USA sind rund 8 Mio. Warenzeichen¹⁾ eingetragen.
- Jährlich kommen etwa 1/2 Mio. dazu.
- Der neue Duden enthält (nur) 135.000 Worte²⁾.

Anm.: ¹⁾Stand 2010 ²⁾ Duden 25. Auflage erschienen am 21. Juli 2009



Die Kraft der Marke – auch für kleine Unternehmen

- Auch bei Dienstleistungen
 - Das wirklich **Neue**, das **Besondere** hervorheben
 - Sich **abgrenzen** vom Angebot der Wettbewerber
 - Sich **eindeutig positionieren**
- nach den Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppe ausrichten
- **einzigartig sein** - mit der Marke



Die Kraft der Marke – auch für kleine Unternehmen

- nach den Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppe ausrichten
- **einzigartig sein** - mit der Marke
- Alles was Sie tun zählt in die Marke ein



Inhalt / Thema / Ziel

- Welches Produkt / welche Dienstleistung biete ich an?
- Was ist daran besonders?
- Wie grenze ich mich vom Wettbewerb ab?
- Was zeichnet mein Produkt / meine Dienstleistung aus?



Marke

Die Kraft der Marke –
auch für kleine und mittlere
Unternehmen



Die Kraft der Marke – auch für kleine und mittelständische Unternehmen

Marke machen?



Das magische Branding-Dreieck; Quelle: Langner, 2002, S.27



Die Kraft der Marke – auch für kleine Unternehmen

Was ist wichtig?



Im Mittelpunkt stehen die Wünsche des Konsumenten. Bei der Vermarktung über Mittler (z.B. Einzelhandel, Versandhandel) sind dem Vertriebsweg spezifische Anforderungen zu beachten (Transport, Lagerung, Warenpräsentation am POS).



Die Kraft der Marke – Der Erfolgsfaktor auch im Internet



- Auch bei Dienstleistungen / auch im Internet
 - Das wirklich **Neue**, das **Besondere** hervorheben
 - Sich **abgrenzen** vom Angebot der Wettbewerber
 - Sich **eindeutig positionieren**
- nach den Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppe ausrichten
- **einzigartig sein** - mit der Marke



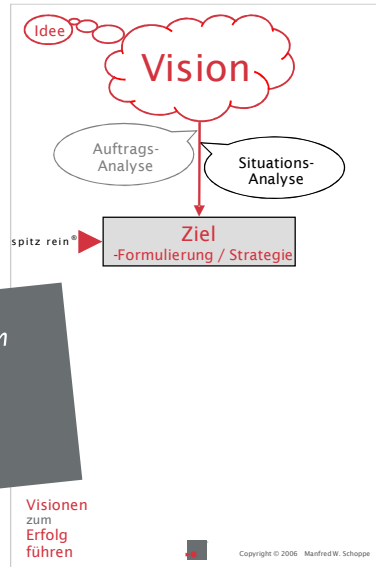
mehrWeb.net
webt.wirkt.verkauft



Was auch
Klein- und Kleinstunternehmen
von den „Großen“ lernen können.



Vorgehensweise.



“Bevor Du anderen sagen kannst, was sie über Dich denken sollen, musst Du selbst wissen, wer Du bist.”

Martin Lindstrom



Vorgehensweise.

- 1. Analyse
Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebotsportfolio)
- 2. Ziel / Strategie
Marken-Bild (z.B. Internetportal), Marketing-Grobkonzept

- 3. Maßnahmenplanung
Die 4-P's (Produkt, Preis, Placement, Promotion), Budget
- 4. Durchführung
- 5. Kontrolle



1.1 Analyse

Situations-Analyse

Alles ist relativ. Bevor wir uns zu irgendeinem Ziel auf den Weg machen, muss klar sein, wo wir stehen.

- SWOT-Analyse

Wo befinden wir uns? – Im Sinne von:

Was können wir?

Was können wir (noch) nicht?

Was könnten wir noch tun?

Was für Gefahren lauern?

- Benchmark

Wo befinden wir uns relativ? – Im Sinne von:

Wo befinden wir uns bezüglich relevanter Kriterien im Vergleich zu unseren Wettbewerbern?



Zähle nicht die,
die Du
erreichst.

Erreiche die, die
zählen.



Vorgehensweise.

- 1. Analyse
Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebotsportfolio)
- 2. Ziel / Strategie
Marken-Bild, Marketing-Grobkonzept

- 3. Maßnahmenplanung
Die 4-P's (Produkt, Preis, Placement, Promotion), Budget
- 4. Durchführung
- 5. Kontrolle



Marken-Bild

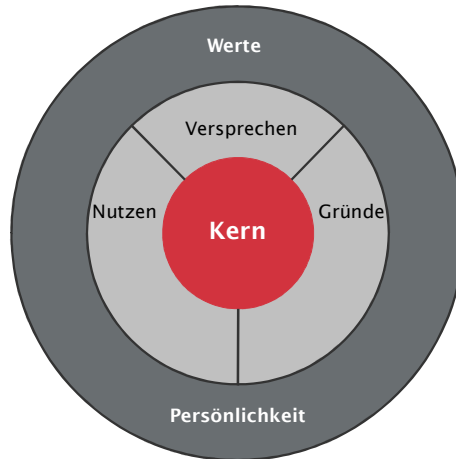
Entwicklung des Marken-Bildes

- **Wettbewerbsumfeld**
Welche Segmente lassen sich erkennen?
In welcher Kategorie konkurrieren wir?
- **Zielgruppe**
Welcher Zielgruppe können wir profitabel ein überlegenes Angebot machen?

→ Verbindung von
Was charakterisiert die potentiellen Verwender unserer Produkte - mit -
Wo sind wir kompetent?
- **Insight**
Was ist die wichtigste Erkenntnis über die Einstellung der Zielgruppe zu unserem Markt?



Marken-Bild

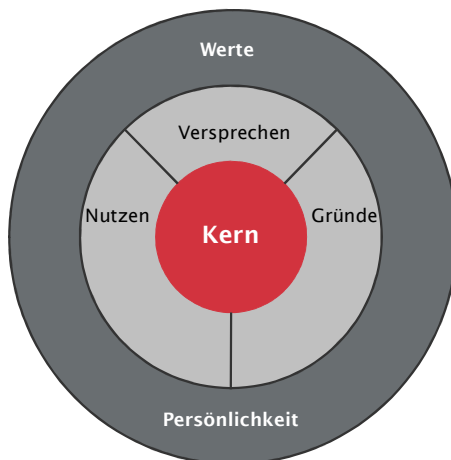


Markenführung heißt nicht nur Fleiß, Geld und Fakten, sondern auch Einfühlungsvermögen, Neugier und Psychologie.

Marken entstehen nicht nur bei uns im Institut für Web-Marketing, sondern in den Köpfen der Menschen.



Ihr Marken-Bild



1. Wie lautet Ihr **VERSPRECHEN**?
2. Welchen **NUTZEN** bieten Sie?
3. Warum sollen Ihre Kunden Ihnen das **GLAUBEN**?
4. Beschreiben Sie Ihr Unternehmen, wenn es eine **PERSON** wäre.
5. Für welche **WERTE** steht Ihr Unternehmen?
6. Der **KERN** Ihres Angebots.
(möglichst ein Wort / wenige Worte)





Brand / Trademark



Die gezeigten Marken und Geschmacksmuster sind Eigentum der jeweiligen Rechte-Inhaber
Copyright © 2011-2012 mehrWEB.net - Institut für Web-Marketing - MARKT - "Mensch - Markt - Mehrwert" - Veranstalter: ASM e.V., Hamburg - 2012-11-15

Source: http://www.markenlexikon.com/produkte_a.html#

Gründerwoche
Deutschland
www.gruenderwoche.de

Das iPhone und die Marktforschung

Stellen wir uns für einen kurzen Moment vor,

im Jahr 2006 Apple hätte einen **Marktforschungsauftrag** vergeben. Handynutzer sollten befragt werden, ob sie sich vorstellen können, ein **Mobilphone für mehr als 500 Euro** zu kaufen.

Die Antwort wäre mehr als klar gewesen. Kein Interesse, denn Handys waren damals zum Preis ab 50 Euro im Markt.

im Jahr 2007 stellte Apple das iPhone vor und über Nacht waren die Ergebnisse der Standard-Marktforschung Makulatur.

bis Ende 2011 hatte Apple **146 Millionen iPhone-Geräte** verkauft. Zum Glück hatte Steve Jobs auf die Standard-Marktforschung verzichtet. Sonst wäre die Welt heute um iPhones, iPads und andere schöne Dinge ärmer.

Quelle: Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer, Marketing-site.de, 11.05.2012

26

Gründerwoche
Deutschland
www.gruenderwoche.de

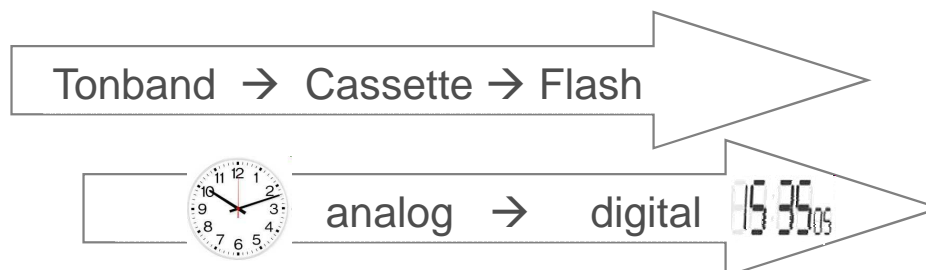


Produkt – Systeme (System-Wechsel)

Walze	Schellack	Vinyl	Compact Disc DVD Blu-ray	mp3
Veränderung (Development) von Tonträgern				
Veränderung (Development) von Aufnahme-/Wiedergabe - Systemen				



Produkt – System (Veränderung eines Systems)





Produkt-Portfolio - Apple -

iPad	iPhone4	iPod touch	iPod nano	iPod shuffle	iPod classic
2x (s/w)	2x (s/w)	2x (s/w)	7x (Farben)	5x (Farben)	2x (Farben)
Sortiments-Breite					6



Produkt-Portfolio - Apple -

43

Sortiments-Tiefe

	iPad 6	iPhone 10	iPod touch 6	iPod nano 14	iPod shuffle 5	iPod classic 2
	schwarz, weiß 16 GB	schwarz, weiß 3Gs 8 GB	schwarz, weiß 8 GB	in 7 Farben 8 GB	in 5 Farben 2 GB	in 2 Farben 160 GB
	schwarz, weiß 32 GB	schwarz, weiß 4 8 GB	schwarz, weiß 16 GB	in 7 Farben 16 GB		
	schwarz, weiß 64 GB	schwarz, weiß 4s 16 GB 32 GB 64 GB	schwarz, weiß 32 GB			

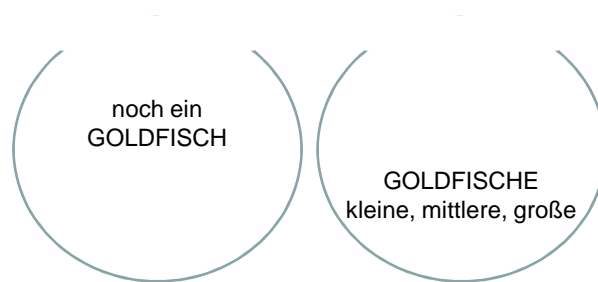


The slide is titled 'Vorgehensweise' (Procedure) and is part of a presentation for 'Gründerwoche Deutschland' (Entrepreneur Week Germany). The situation is described as 'Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)' (Consumer, Competitor, Brands (Offer)). The diagram shows a large circle labeled 'GOLDFISCHE' (Goldfish) with the text 'kleine, mittlere, große' (small, medium, large) below it. To the left of the circle is a light blue, cloud-like shape. The slide number '34' is in the bottom right corner.



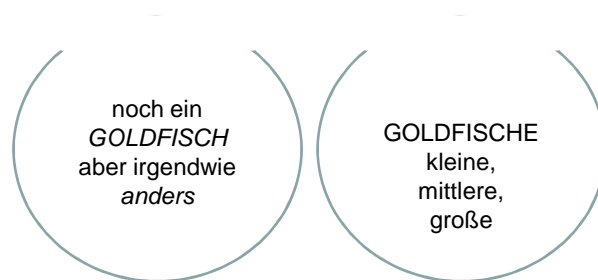
Vorgehensweise

Situation: Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)



Vorgehensweise

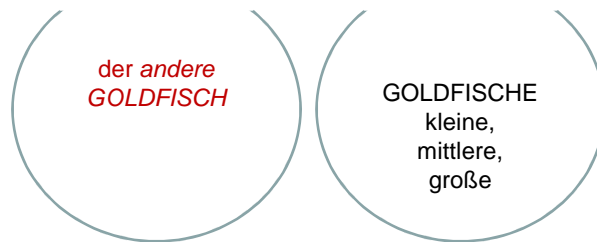
Situation: Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)





Vorgehensweise

Situation: Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)



37



Marketing-Grobkonzept.

- Situation
Märkte, Wettbewerber, Verbraucher, Handel, Potentiale
- Zielsetzung
Was soll erreicht werden? (quantitativ / qualitativ)
- Produkt
Programm, Diversifikation (Programm-Breite /-Tiefe), Produkt-Ausstattung
- Preis
Kontrahierungs-Mix (Listenpreise, Rabatte, Konditionen, DB1)
- Placement
Vertriebswege (Handelspartner, Vermittler, Mail Order, Internet-Shop etc.)
- Promotion
Kommunikation, Werbung, Verkaufsförderung, PR
- Budget
Investitionen für die geplanten Aktivitäten und Maßnahmen

38

mehrWEB.net
webt.wirkt.verkauft

Start | Ihre besten Seiten | Darum | mehrWEB.net | Wir sind | Shop | Kontakt | Aktuell | Download

Ihre neue Webseite.

Von Marketing-Experten. Sie wollen erstmals im Internet präsent sein?

Mit neuestem Web-Marketing. Sie haben bereits eine Webseite, möchten diese aber modernisieren oder optimieren?

Mehr Erfolg für Sie. Hier sind Sie richtig, hier entstehen Ihre besten Seiten.

Speziell für kleine und mittlere Unternehmen.

Von den "Großen" lernen. - So verhelfen wir Ihnen zu mehr Erfolg. - Wir machen mit Ihnen:

Ihre besten Seiten.

kompetent.	schnell.	günstig.
Ihre besten Seiten entstehen mit dem millionenfach bewährten Webseiten-System, von Werbe- und Web-Marketing Profis zielenorientiert für Sie optimiert	Ihre besten Seiten können bereits in 3 Arbeitstagen online sein. Mit Express-Zuschlag sogar schon in 48 Stunden.	schon für den Gegenwert von 2 bis 3 Anzeigen in einer Tageszeitung ¹ sind Sie dauerhaft mit Ihren besten Seiten im Internet präsent

Ihre neue Webseite erstellen wir für Sie - kompetent, schnell, günstig
Von der "Starter-Homepage" bis hin zur mehrBusiness-Webseite mit Shop

Hier in Hamburg erstellen wir Ihre neue Webseite.

mehrWEB.net
Institut für Web-Marketing
Hamburg, Lerchenstraße 28

Hier entstehen Ihre besten Seiten.

noch Fragen? Haben Sie noch Fragen oder brauchen Sie Hilfe. Wir sind gerne für Sie da. Schreiben Sie uns **> Kontakt** oder rufen Sie einfach an: 040 - 43274757

DomainChecker - gratis
Ist Ihre Wunsch-Domain noch frei? Einfach jetzt prüfen. **> hier**

Veranstaltung

Gründerwoche Deutschland
13. + 14. November
in Hamburg vom mehrWEB.net zur Gründerwoche 2012
> mehr

Angebote

Gratis-Website "Free"
Ihre neue Webseite selbst erstellen. Mit millionenfach bewährtem CMS-System. **> mehr**

Ihre neue Webseite - erstellen wir kompetent, schnell, günstig. Fragen Sie uns **> Kontakt** oder rufen Sie einfach Rainer Kapitzi an: Hamburg, Tel. 040 - 43274757

Partner der
Gründerwoche Deutschland
www.gruenderwoche.de

Mitglied der
Handelskammer Hamburg

Ihre besten Seiten.

39

Bauchentscheidung

Der Mensch entscheidet zu **80 %** mit dem Bauch

Copyright © 2011-2012 mehrWEB.net - Institut für Web-Marketing - MARKT - "Mensch - Markt - Mehrwert" - Veranstalter: ASM e.V., Hamburg - 2012-11-15

40



Zähle nicht die,
die Du
erreichst.

Erreiche die, die
zählen.

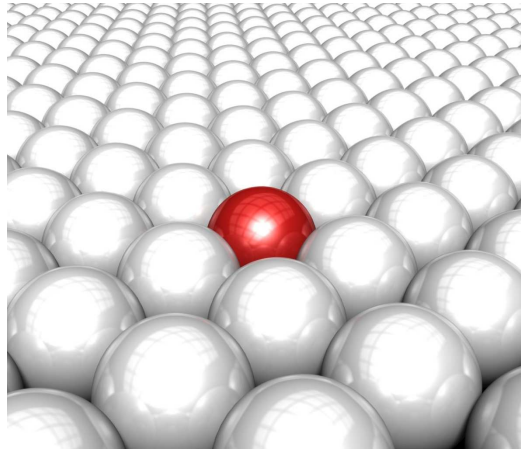


Inhalt / Thema / Ziel

- Welches Produkt / welche Dienstleistung biete ich an?
- Was ist daran besonders?
- Wie grenze ich mich vom Wettbewerb ab?
- Was zeichnet mein Produkt / meine Dienstleistung aus?



Ihr Unternehmen, Dienstleistung Produkt,
muss herausstechen !



Ihre besten Seiten.



Gründerwoche 2012



Ihre besten Seiten.



Donnerstag, 22.11. um 10:00 – 16:00 - *Seminar und Workshop*
Die eigene Webseite selbst erstellen – zum „Mitnehmen“

Inhalte:

- Ihre Geschäftsidee im Internet.
- Wichtige Voraussetzungen für Ihr erfolgreiches Agieren.
- Ihre persönliche Business-Webseite.

Jeder erstellt seine eigene - kostenlose - Webseite selbst.

Von ersten Schritten bis hin zur fertigen professionellen Homepage. Unter Anleitung mit Hilfestellung. Die erarbeiteten Seiten können "mitgenommen" werden. Die Teilnehmer haben damit eine eigene kostenlose Webpräsenz. Nutzen Sie diese Gratis-Webseite von mehrWEB.net für Ihren Erfolg im Internet.

Referenten:

Diplom-Kaufmann Rainer Kopitzki und Dipl. Betriebswirt (FH) Manfred W. Schoppe,

mehrWEB.net – Institut für Web-Marketing

Veranstaltung in Kooperation mit ASM e.V. Hamburg

Ort: AWO IntegrationsCenter Hamburg, Kreuzweg 7 (Seminarraum)

Teilnehmerzahl: limitiert - Bitte melden Sie sich verbindlich an.

Das **Seminar ist kostenpflichtig**: 49,00 Euro pro Teilnehmer (bar, beim Seminar zu zahlen)

Hinweis: Gegen Gutschein von ASM e.V. ist die Teilnahme gratis.

[» Jetzt: einfach anmelden](#)



mehrWeb.net
webt.wirkt.verkauft



mehrWEB.net – Institut für Web-Marketing
Kopitzki+Schoppe
Lerchenweg 28
22767 Hamburg
www.mehrWEB.net

Partner der



Gründerwoche
Deutschland
www.gruenderwoche.de

in Kooperation mit:



Brand Improvement
Agentur für Marketing, Werbung, PR
Lerchenweg 28, 22767 Hamburg
<http://www.brandimprovement.de>



MWS Consulting UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG
Die Unternehmensberatung für Marketing, Markenführung, Führung
Hammweg 19, 27412 Tarmstedt
<http://www.mws-consulting.de>



Urheberrecht:

Alle auf diesen Seiten verwendete Texte, Bilder, Animationen, Grafiken, sowie die Gestaltung und das Layout der Seiten unterliegen urheberrechtlichem Schutz.

In dieser Präsentation gezeigte und genannte oder zitierte Marken, Slogans, Zeichen und Abbildungen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber. Aus der Verwendung als Beispiele oder Zitat kann nicht abgeleitet werden, dass diese frei verwendbar wären.

mehrWEB.net verbundene Namen und Zeichen (z.B. Smile) sind Marken von mehrWEB.net - Institut für Web-Marketing Kopitzki+Schoppe GbR. MWS Consulting, spitz rein, die entsprechenden Logos mit und ohne Schriftzug MWS Consulting sind eingetragene Marken von Manfred W. Schoppe.



Ihre besten Seiten.

mehrWEB.net