



Markterfolg: Ohne Strategie hilft nur Glück

Die Zukunft steckt bekanntlich voller Überraschungen, das klingt – zugegeben – völlig banal. Doch wie reagieren Sie darauf? Wie begegnen Sie, als Inhaber oder Führungskraft einer Druckerei, eines Vorstufenbetriebes oder Weiterverarbeiters, dieser Tatsache?

Hat Ihr Betrieb Zukunft – und wenn ja, wie sieht diese dann aus? Anders gesagt: Wie lauten Ihre ehrlichen Antworten auf folgende Fragen:

- Haben wir für unser Unternehmen eine Strategie, umgesetzt in eine marktorientierte Unternehmensführung?**
- Sind unsere Markt- und Vertriebsziele klar definiert, präzise und im regelmäßigen Soll-/Ist-Vergleich?**
- Wissen wir, mit was und mit wem wir wirklich profitable Geschäfte machen?**
- Wie professionell und konsequent bearbeiten wir den Markt, wie binden und gewinnen wir Kunden?**
- Wie heben wir uns von echten Wettbewerbern eindeutig und positiv ab?**



Dialektik stammt aus dem Griechischen und steht für die Kunst, miteinander zu reden. Man kann in ihr auch die Kunst der Kommunikation und der Entscheidungsbildung sehen. Doch wissen wir alle, dass jeder Mensch seine „eigene Meinung“ hat und Märkte ihre „eigenen Spielregeln“. Doch für Markterfolg ist Rechtbehalten wollen keine Lösung.

Vielmehr geht es darum eine logische Abfolge von Aktivitäten zu starten – die sowohl zur Festlegung von Zielen wie auch zur Formulierung von Plänen und deren Umsetzung führt. Die strategische Orientierung ist Thema des Vorstandes oder von der Geschäftsführung, die taktische Orientierung die „Hausaufgabe“ der operativ Verantwortlichen.

- Neue Technologien? Ihre Verwundbarkeit? Ihre Innovationskraft?
- Gesetze, Vorschriften und soziale Trends? Ihre Flexibilität? Ihre Anpassungsfähigkeit?

Zielsetzungen

- Wo steht das Unternehmen jetzt?
- Wo will es in 5 oder 10 Jahren stehen?
- Wie sollten die Ressourcen organisiert sein, um dies zu erreichen?

Wichtige Navigationsinstrumente zur Standortbestimmung und Zukunftsplanung sind dabei „ein Eigen- und Fremdbild“. Betrachten Sie Ihr Handeln sowohl „mit eigener Brille“ wie auch „mit den Augen der Kunden“. Viel Erfolg!



Die wirklichen Geheimnisse für mehr Markterfolg lauten Einfachheit und Konsequenz. Dies gilt speziell dann, wenn die „Stärken“ des Unternehmens in eine wettbewerbsorientierte Unterscheidbarkeit übertragen werden müssen. In welchen Märkten können mit diesen Stärken neue Kunden gewonnen und profitable Beziehungen erhalten werden. Dies sind Anforderungen, bei denen Ihnen Direktmarketing einen strukturellen Rahmen vorgeben kann. Denn die „Dialogmethode“ ist weitaus mehr, als nur Werbung. Es ist eine Denkhaltung, eine strategische Ausrichtung des Unternehmens.

Die strategische Basis: Dialektik, Effektivität und Effizienz

Sprechen Sie Ihre Wunschkunden und Kunden, Ihre Partner und Mitarbeiter, im Punkt ihrer stärksten Motivation an. Machen Sie einen Lösungsvorschlag für das am brennendsten empfundene Problem. In der „Strategie“ werden dabei die Weichen für den tatsächlichen Erfolg gestellt. Strategie heißt, sich mit den zentralen Fragen des Lebens der Menschen, die für uns wichtig sind, zu beschäftigen. Und dabei kommt es auch auf die Dialektik an.



Einige Schlüsselfragen hierbei lauten:

Unternehmensdefinition

- Was für Vorteile bieten Sie den Kunden?
- Wie konkretisieren Sie die Bedürfnisse, die Sie befriedigen?

Attraktivität Ihres Marktes

- Jährliche Marktentwicklung (Gesamt/Segmente)? Ihr Anteil?
- Konkurrententypen (Auch Neulinge oder Ausfälle!) und wie Sie sich sehen?

Zu diesem Thema bietet der Verband am 19. September das Seminar „Markterfolg im Verdrängungswettbewerb“ an. Sehen Sie hierzu in unsere Seminarbroschüre oder unter www.verband-druck-bw.de -> **Veranstaltungen/Termine.**



Wolf R. Hirschmann
Geschäftsführender
Gesellschafter
SLOGAN GmbH, Filderstadt
Strategieberatung
Marketing & Vertrieb
www.slogan.de

IMPRESSUM

Herausgeber:

Verband Druck und Medien
in Baden-Württemberg e. V.
Zeppelinstraße 39
73760 Ostfildern/Kemnat
Telefon 0711 45044-0
Telefax 0711 45044-15

Redaktion:

ViSdP: Brigitte Strobel
Verband Druck und Medien
in Baden-Württemberg e. V.

Gestaltung/Produktion:

CDF Werbeagentur, Bietigheim-Bissingen

Druck:

BAUER-OFFSET GmbH, Villingen-Schwenningen

Das Papier dieser Ausgabe:

!!!!Textplatzhalter:
Papierart bitte hier einfügen
und dann wieder auf schwarz stellen!!!!

mediempulse erscheint vier Mal
jährlich für die Mitglieder
im Verband Druck und Medien in
Baden-Württemberg e. V.
und die interessierte Öffentlichkeit