

# servicemarketing

7

Damit Sie am Markt erfolgreich sind



Liebe LeserInnen,

in den letzten Monaten haben wir im Rahmen unserer Studie zum Dienstleistungsmarketing über 200

Unternehmen befragt und nun liegen die spannenden Ergebnisse vor. Hoch interessant die Zusammenhänge von strategischem vs. rein operativem Marketing oder der Organisationsstruktur des Marketings bei Dienstleistern im Hinblick auf den Erfolg. Oder hätten Sie gewusst, dass deutsche Dienstleistungsunternehmen im Durchschnitt 7 % ihres Umsatzes für Marketing aufwenden? Dabei fällt auf, da wir alle Ergebnisse zusätzlich nach Unternehmensgrößen differenziert ausgewertet haben, dass kleinere Unternehmen deutlich mehr für das Marketing ausgeben als Großunternehmen.

Ebenfalls interessant: Kleinstunternehmen und Großunternehmen sind am aktivsten und auch hinsichtlich der einzusetzenden Marketinginstrumente (Weblog, Twitter, Guerillamarketing etc.) up to date. Der deutsche Mittelstand jedoch ist zumindest in Sachen Marketing eher behäbig und durch seine oft langwierigen Entscheidungsstrukturen hinkt er der Entwicklung im Marketing hinterher.

Nutzen Sie die Chance – während andere abwarten, können Sie Ihren Marktanteil ausbauen!

*Thomas Scheuer*

Ihr Thomas Scheuer  
Marketingbetriebswirt

## Interne Leistungen besser vermarkten

**Auch innerhalb Unternehmen müssen sich einzelne Abteilungen gegenüber externen Mitbewerbern behaupten und für sich werben.**

Oft haben interne Dienstleister ein recht schlechtes Image und machen aufgrund der hohen Gemeinkosten eine schlechte Figur beim Preisvergleich. Aber doch spricht einiges für die Internen, sie müssen ihr Know-how jedoch meist besser präsentieren und verstehen lernen, wie sie ihr Image nachhaltig aufpolieren können.

In unseren inhouse durchgeführten Marketingstrategie-Workshops arbeiten wir mit den betroffenen Abteilungen ihre Stärken gegenüber Mitbewerbern heraus und legen gemeinsam eine Strategie für das interne operative Marketing fest.

## Seminare in Hamburg und München

Buchen Sie rasch eines unserer beiden letzten Seminare dieses Jahr: am **4. und 5. November 2010 in Hamburg** oder am **11. und 12. November 2010 in München** mit Thomas Scheuer als Trainer – die Teilnehmerzahl ist stark beschränkt, um in kleinen Gruppen effizient arbeiten zu können. Zudem werden aufgrund der vielen Inhouse-Seminare nur noch zwei offene Seminare pro Halbjahr angeboten.

## Marketing-Coaching für kleine Unternehmen

**Um zunehmender Nachfrage nach Beratungsleistungen auch von Kleinstunternehmen begegnen zu können, haben wir hierfür ein eigenes Beratungskonzept entwickelt.**

Dieses bindet die Inhaber der kleineren Dienstleistungsunternehmen in die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie aktiv mit ein und hält so den Kostenrahmen gering.

Wir coachen zuerst hinsichtlich der durchzuführenden Analysen und begleiten beratend. Die Durchführung einer gemeinsamen Prozesspunktanalyse, die alle Kontaktpunkte von Unternehmen und Kunden kritisch „unter die Lupe“ nimmt, sowie die gemeinsame Auswertung der Analyseergebnisse bilden die Basis für Zieldefinition, Strategieentwicklung und konkrete Handlungsempfehlungen innerhalb eines detaillierten Kommunikationskonzepts mit Maßnahmenplanung unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Voraussetzungen.

Die aktive Einbindung der Unternehmen schafft neben der Kosteneinsparung noch einen weiteren Vorteil: Sie sind nach dem Coaching in der Lage, Markt und Mitbewerber auch weiterhin so zu analysieren, dass langfristig erkannt werden kann, welche Trends für das Unternehmen von Bedeutung sind, und können so selbst die inhaltliche Ausrichtung besser steuern.

Wir engagieren uns!  
Seit Jahresbeginn unterstützen wir durch einen monatlichen Beitrag das Kinder- und Jugendhilfswerk „Die Arche“ am Standort München, um Kinderarmut zu minimieren. Bundesweit leben leider mehr als 2,5 Millionen Minderjährige unter der Armutsgrenze.



Fordern Sie für die Seminare „Marketing & Vertrieb für Dienstleistungen“ gleich jetzt das Seminarprogramm an.

Bitte wenden!

## Social Networking – Segen oder Fluch?

Die Diskussionen zum Thema Social Networking kommen zu keinem Ende. Denn die Tragweite von sozialen Netzwerken ist nicht zu unterschätzen – sowohl positiv als auch negativ. Der Trend des „Googelns“ hat großflächig Einzug gehalten. Interessenten gehen in fast allen Fällen vor Inanspruchnahme einer Dienstleistung auf Online-Recherche. Zu den bevorzugten Einträgen in den Trefferlisten der Suchmaschinen gehören Diskussionsforen, Weblogs, soziale Netzwerke (wie XING oder Facebook) und andere moderne Kommunikationsplattformen (z. B. Twitter).

Der Umgang mit diesem Instrumentarium jedoch will gelernt sein. Nicht jeder öffentlich sichtbare Eintrag in einer privaten Community führt zum Vertrauensaufbau. Allzu persönliche Darstellungen lassen Zweifel ob der Professionalität eines Dienstleisters wach werden. Wen bitte interessieren Abbildungen persönlicher Fotos? Im schlimmsten, aber nicht ungewöhnlichen, Fall führt es dazu, dass sich der Interessent dem Unternehmen abwendet und einen Mitbewerber beauftragt. Stellen Sie sicher, dass alle im Internet auffindbaren Informationen über Sie, Ihre Kollegen und Ihr Unternehmen dem Interessenten Vertrauen vermitteln. Denn Unsicherheit führt fast immer

zur Nichtbeauftragung durch den Interessenten. Wir alle kaufen gerne „Sicherheit“.

Aber durch die aktive Arbeit in sozialen Netzwerken können durchaus Interessenten für die eigenen Leistungen gewonnen und auch Kaufanreize angestoßen werden. Präsentiert sich ein Unternehmen auch abseits der eigenen Internetseite in Fach- und Diskussionsforen, in sozialen Netzwerken, Twitter, ... seinen Interessenten gegenüber seriös, aber auch offen, nimmt die empfundene Qualität der zu erbringenden Dienstleistung zu.

Fazit: Soziale Netzwerke nehmen zu und werden noch deutlich stärker. Machen wir sie uns zunutze und gestalten sie in unserem Sinne mit!

## Diese Investition ist unerlässlich

In unserem Beratungsalltag stellen wir häufig fest, dass an einer bestimmten, da vermeintlich unwichtigen, Stelle gespart wird. Allerdings wäre genau dort eine Investition Grundvoraussetzung für neue Kunden und höhere Umsätze.

Es geht um das Corporate Design eines Unternehmens. Immer wieder wird die Gestaltung eines Logos oder gar der gesamten Geschäftsunterlagen von eigenen und daher fachfremden Mitarbeitern statt Grafikern oder

Agenturen durchgeführt. Das Ergebnis ist in der Regel mangelhaft. Warum aber ist ein professionelles Corporate Design so wichtig? **Ganz einfach: Ein Interessent wird immer aufgrund des Sichtbaren auf das Unsichtbare schließen. Das sichtbare Design also ist Qualitätsindikator für die unsichtbare Qualität der unsichtbaren Dienstleistung.**

## Dienstleistungsmarketing-Studie erschienen

Über 200 Dienstleistungsunternehmen wurden befragt – herausgekommen ist eine repräsentative Auswertung, die Ihnen hervorragende Benchmark-Werte für die eigenen Marketing- und Vertriebsaktivitäten bietet. Zum Preis von 780 € können Sie die Ergebnisse und Auswertungen in gedruckter Form bei uns beziehen.

## Weitere Mitarbeiterin

Neu in unserem festen Team ist die Marketingassistentin



**Alexandra Erbstößer** für die Erstellung von Konzepten und

umfangreiche Analysetätigkeiten. Darüber hinaus verantwortet sie verwaltungstechnische Aufgaben in unserem Unternehmen und sorgt mit ihrer Dynamik für gute Laune.

*Von Wirtschaftskrise keine Spur – im Gegenteil. Wir freuen uns über ein deutliches Wachstum in diesem Jahr. Das haben wir nicht zuletzt Ihnen zu verdanken!*

*In den letzten Monaten sind wir wieder von etlichen neuen Klienten für Beratungsleistungen zur Erstellung einer Marketingkonzeption sowie von namhaften Konzernen und Organisationen für Marketingstrategie-Workshops zur Marktpositionierung einzelner Leistungen beauftragt worden.*

*Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und geben wieder unser Bestes!*

SCHEUER  **MARKETINGBERATUNG**

Scheuer Marketingberatung  
GmbH & Co. KG

Pahlswinkel 9, 30826 Hannover-Garbsen  
Fon +49 (0)5131.908 63 60  
Fax +49 (0)5131.908 63 86  
hannover@marketingberatung.de

Landsberger Straße 155, 80687 München  
Fon +49 (0)89.579 59 417  
Fax +49 (0)89.579 59 200  
muenchen@marketingberatung.de

[www.marketingberatung.de](http://www.marketingberatung.de)