

Strategisches Marketing selbstbewußt umsetzen



Lieber Leser!

„Das Tagesgeschäft läßt kaum Zeit für Strategien.“ Eine Situation, die zum geschäftlichen Alltag gehört und noch dadurch erschwert wird, daß immer weniger Menschen immer mehr Dinge erledigen müssen. Marktdaten werden nur ungenügend genutzt. Ein schriftlich formulierter Marketingplan mit Verantwortlichkeiten, festgelegten Terminen und Budgets fehlt. Häufig bleibt es bei un-strukturierter Vorgehensweise. Auf den ersten Blick ein Teufelskreis, der eigentlich kaum zu durchbrechen ist. Doch wir haben uns solchen Situationen zu stellen. Der häufig

gehörte Wunsch in Unternehmen: "Wir müßten mal wieder Strategie machen!" muß erfüllt werden können.

Das zu Ende gehende Jahr hielt für Politik und Wirtschaft, für Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen Herausforderungen bereit, die es in sich hatten. Doch nicht nur zum Jahresende ist es an der Zeit, zu bilanzieren, Ziele zu überprüfen, neue zu definieren und durch geeignete Maßnahmen zu erreichen. Zeit für Veränderungen haben, heißt auch, Zeit für neue oder bewährte Strategien nutzen. Dann bieten Veränderungen Chancen, denen kreative Planungen vorausgehen. Mit dem Wissen um die eigene Situation, die realistische Markteinschätzung bezogen auf die Nachfrage- wie auch Angebotsseite sind wesentliche Voraussetzungen für erfolgreiches zukünftiges Arbeiten geschaffen.

So stellen sich kleine wie große Unternehmen neu auf oder erfahren mit Erfolgen die Richtigkeit ihres Handels. Beweis auch dafür, das schwierige Zeiten die Chancen für die Guten sind. Was man bekommt, hängt davon ab, was man will, mit einem operativen Plan der durch konsequentes Umsetzen „just in time“ zur Zielerreichung beiträgt.

Nicht das ständige Suchen nach einem „neuen Marketing“ verbessert Marktchancen und Ergebnisse sondern Wollen muß durch Tun ersetzt werden. Das schafft Marken, die in immer enger werdenden Märkten die entscheidende Heraushebung von Produkten und Dienstleistungen aus einem breiten Angebot unterstützt.