

Die bessere
Strategie **gewinnt!**

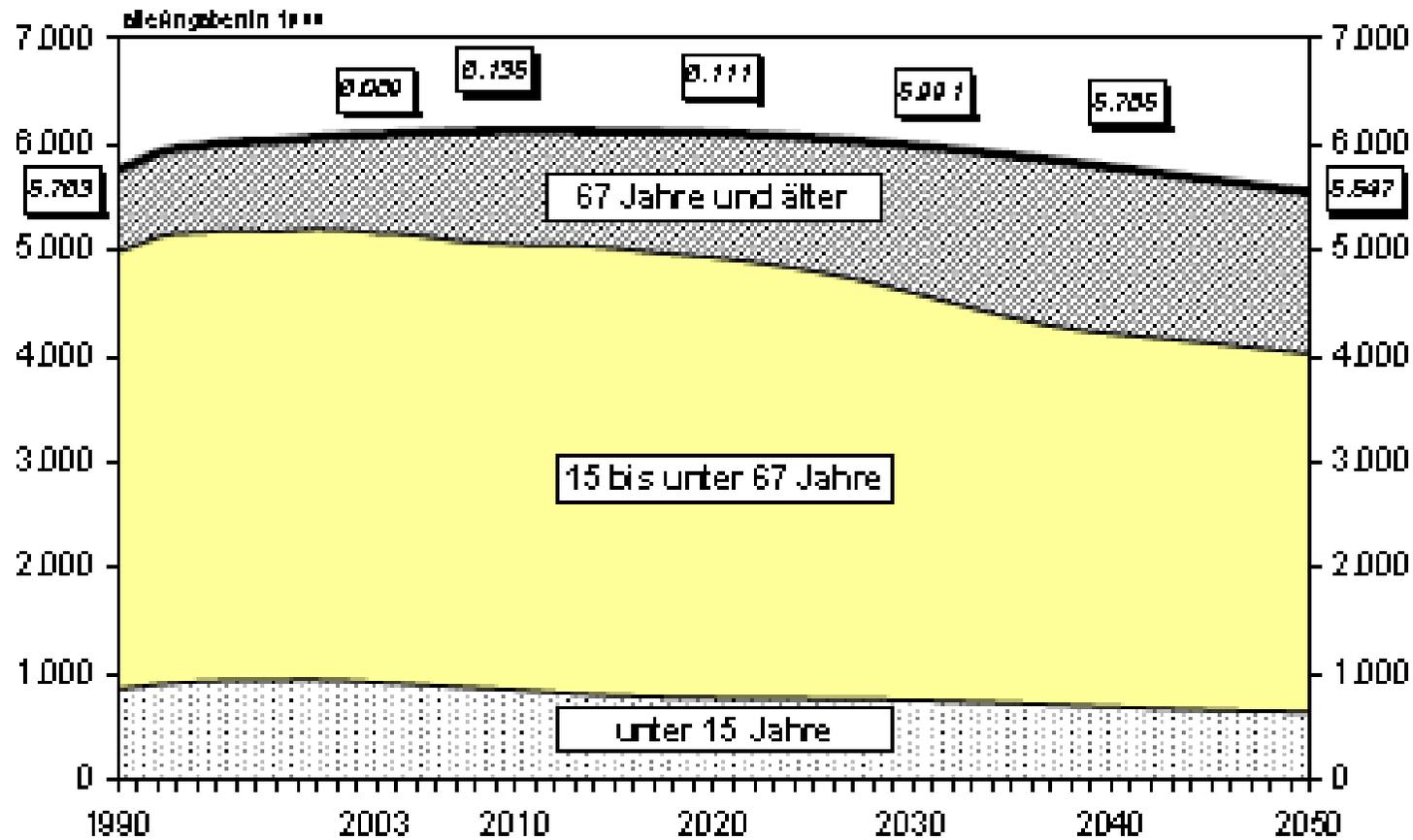


Neue Kunden
Neue Umsätze
Neue Märkte
Zielgruppe
50 Plus



Es gibt für alle Produkte Märkte

- **Unabhängig von der Marktdurchdringung der Produkte**
- **Unabhängig von der Anbieterzahl**
- **Unabhängig von der Marktsituation**
- **Wenn man seinen Platz findet**
- **Wenn man sich auf die Marktsituation einstellt**



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt (Uerte für 1990 bis 2003); Berechnungen der Heisen Agentur (Uerte ab 2004).



Zielmarkt 50 Plus

Altersgerecht – 50 plus gerecht

50 Plus – Senioren

Krankheit – Komfort

Alter - Leben

Das Leben ist noch nicht zu Ende

Mit 50 beginnt die Jugend des Alters

Rita May Brown

**Ein von Reaktionen bestimmtes Leben
bedeutet intellektuelle und geistige
Sklaverei**

**Man sollte für ein Leben voller Aktion,
nicht Reaktion kämpfen**

Erfolgreiche Unternehmen

- 👑 Alleinstellung im Markt**
- 👑 Kooperation mit Kollegen**
- 👑 Gewerkeübergreifende Kooperation**
- 👑 Austausch mit Kunden**
- 👑 Austausch mit Lieferanten**
- 👑 Austausch mit Forschung**
- 👑 Aktive Personalpolitik –
Qualifizierung/Ausbildung**

**Strategische
und operative
Vertriebskonzepte**



Vertriebskonzepte

- 1. Was kann mein Unternehmen**
- 2. Wo ist mein Zielmarkt**
- 3. Wie komme ich an meinen
Zielmarkt/meine Kunden**
- 4. Wie behalte ich meine Kunden**

Strategische Vertriebskonzepte

1. Was kann ich:

**Bewertung der eigenen Kenntnisse
und Ziele mit Alleinstellungsmerkmal
im Markt**



Zauberwort Konzentration

- 👑 Ich liebe es**
- 👑 Was ist meine Stärke**
- 👑 Wo kann ich Schwächen ausgleichen**

Strategische Vertriebskonzepte

2. Wo will ich arbeiten

**Festlegung des Kundeneinzugs-
bereiches nach Region und Größe.
Definition des Wettbewerbes mit
Stärken/Schwächen-Analyse**

Wo will ich arbeiten:

-  **Welche Region**
-  **Welche Zielgruppe**
-  **Welche Partner**
-  **Welche Produkte**
-  **Welche Konzentration**
-  **Welcher Wettbewerb**

Zielmärkte 50 plus

-  **Komfortabel wohnen**
-  **Gesund leben**
-  **Gesund bleiben**
-  **Intelligenter Urlaub**
-  **Geistig fit bleiben**
-  **Genießen, Wellness**
-  **Neue Menschen kennen lernen**
-  **Absicherung**

Schritt 1 zur Kundenzielgruppe 50 Plus

-  **In welcher Region/Branche will ich meine Zielgruppe 50 Plus erreichen**
-  **Wie erfahre ich, was meine Zielgruppe für Wünsche hat**
-  **Welche Produkte habe ich in meinem Sortiment, die zu dieser Zielgruppe passen könnten**
-  **Um welche Produkte könnte ich mein Sortiment erweitern**

Operative Vertriebskonzepte

3. Bestehende Kunden 50 Plus

Entwicklung von Verkaufs- und Marketingkonzepten bei bestehenden Kunden im Bereich 50 Plus



Operative Vertriebskonzepte

4. Wie komme ich an meine Kunden

Entwicklung von Verkaufs- und Vertriebskonzepten und deren Umsetzung

Wie komme ich an meine Kunden

- 👑 Meine besten Aufträge sind durch Zufall entstanden**
- 👑 Oder durch Beziehungen**
- 👑 Oder durch Empfehlungen**
- 👑 Kann man durch Zufall abnehmen**
- 👑 Ist Qualität Zufall**
- 👑 Was führt zum Ziel?**
- 👑 Kontinuierliche Arbeit oder Zufall**

Operative Vertriebskonzepte

4.1. Werbekonzept

Welche werblichen Aktivitäten werde ich entwickeln

Wie komme ich an potentielle Kunden

-  **Werbung**
-  **Öffentlichkeitsarbeit**
-  **Netzwerken**

Wenn Du 15 Minuten Zeit hättest, was würdest Du wahrscheinlich machen?

Basis: SN users age 14-29 (n=2,081)

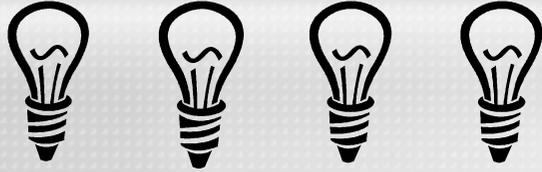


Quelle: socialmedia.biz 2007



Werbung

- 👑 Internet / Foren**
- 👑 Vorträge Seminare**
- 👑 Anzeigen/Motive**
- 👑 Direktmarketing**
- 👑 Messen / Werbemittel**
- 👑 Tür zu Tür**
- 👑 Branchenbücher**



PR - Öffentlichkeitsarbeit

- 👑 Soziale Projekte CSR**
- 👑 Pressearbeit**
- 👑 Referenzen**
- 👑 Guerilla Marketing**



Was ist Guerilla Marketing

- 👑 Affiliate Marketing**
- 👑 Virales Marketing**
- 👑 Ambient Marketing**
- 👑 You Tube**
- 👑 Blogs/Twitter**
- 👑 Medienbruch**
- 👑 Service**

Service

Was ist Service

**Service heißt, etwas zu geben, ohne eine
Gegenleistung zu fordern - aber darauf
zu hoffen**

**Etwas zu geben, was der Empfänger
brauchen kann**

Zauberwort Kontinuität

Man kann eine Werbemaßnahme nicht nach 2-3maliger Durchführung auf ihren Erfolg hin messen, überprüfen und dann bewerten. Erst in einer mittelfristigen Perspektive zeigt sich der Erfolg.

Deshalb ist es wichtig, die finanzielle Planung für Werbung mittelfristig anzulegen. Anderenfalls geht das Geld aus, bevor sich der Erfolg einstellt.

Für Markenbildung reicht auch keine mittelfristige Planung. Hier wird langfristig angesetzt

Schritt 2 zur Kundenzielgruppe 50 Plus

-  **Welche Werbeinstrumente werde ich einsetzen**
-  **Was will ich investieren**
-  **Wie überprüfe ich die ausgewählten Werbeinstrumente**
-  **Ich plane meine Werbemaßnahme und führe sie durch**

Operative Vertriebskonzepte

4.2. Verkaufskonzept

**Welche verkäuferischen Aktivitäten
werde ich entwickeln**

Ehrlich währt am längsten

**Zahlen Fakten Wahrheiten
Im Zweifel für den Angeklagten –
was ist Ihre persönliche Meinung –
würden Sie diese Maßnahme, die Sie
empfehlen, auch bei sich selbst
durchführen –
oder sich wünschen**



Der Kundenkontakt

- 👑 Ihr Gesprächspartner**
- 👑 Ihr Auftreten**
- 👑 Gesprächseröffnung**
- 👑 Sprachniveau**
- 👑 Gesprächsschluss**

Was beinhaltet eine gute Rede?

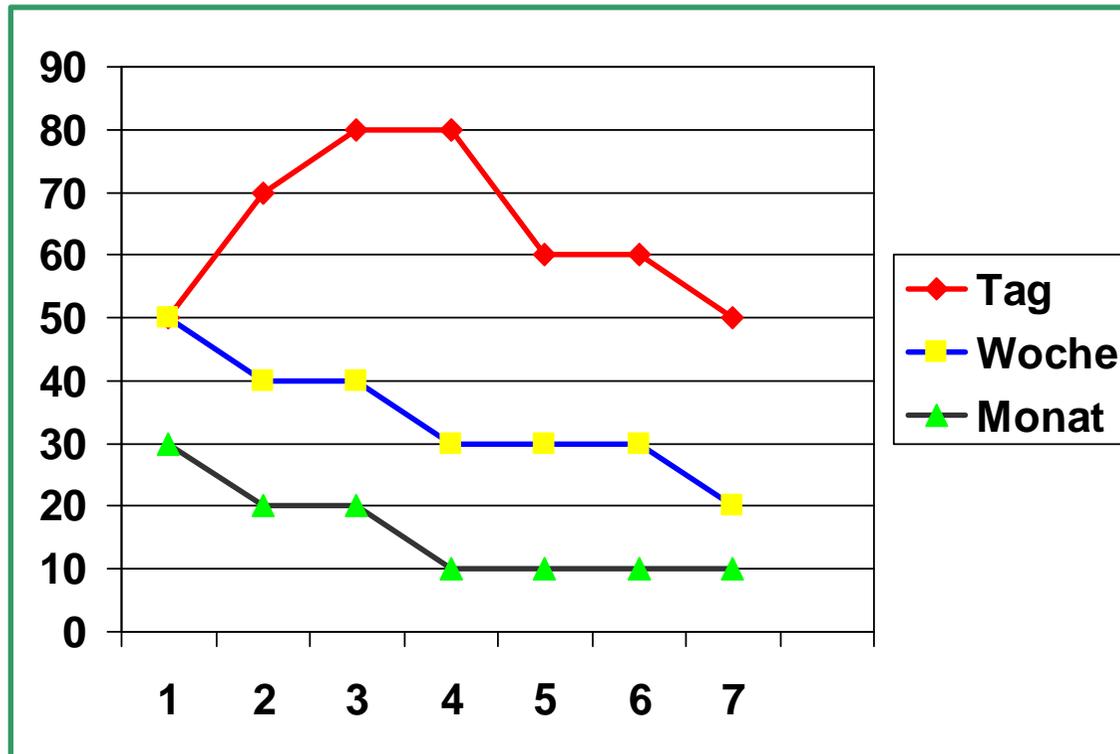
-  Eine gute Eröffnung**
-  Einen guten Schluss**
-  Und nicht so viel Text dazwischen**

Gesprächsführung

- 👑 Ziele und Zwischenziele**
- 👑 Offene und geschlossene Fragen**
- 👑 Reden und zuhören**
- 👑 Alternativ/Positiv und Positiv**
- 👑 Einwände, Vorwände, Giftpilze**
- 👑 Knüllerfragen/Zeugenumlastung**
- 👑 Motivationstasten**
- 👑 Zu teuer**

zu teuer

-  **Wir hassen teuer**
-  **Man kann nicht jeden Kunden haben**
-  **Service kontra Preis**
-  **Aufwand Ihrer Beratung**
-  **Ersparnis im Vergleich zu...**
-  **Was kosten Sie, was leisten Sie**



Schritt 3 - Ihre Strategie

Morgen fange ich an

-  **Was werde ich umsetzen**
-  **Wann werde ich das machen**
-  **Wann werde ich es kontrollieren**



Gebote für Vorwärtsstrebende nach **Winklhover**



1. Grundbedingung ist, dass man seinen Beruf gründlich versteht
2. Dass man den Ergeiz hat, jedes Ding besser zu machen, als es irgendein anderer kann
3. Man muss am Prinzip festhalten, dass für sein Geld nur das Beste geliefert werden darf
4. Eine nie ausgehende Freude an der Arbeit muss vorhanden sein. Das Geldverdienen darf niemals Hauptzweck der Arbeit sein.

5. Man soll nur mit den neuesten Arbeitsmethoden und mit den allerbesten Einrichtungen im Betrieb arbeiten. Fachschriften lesen und lesen lassen und alle Ausstellungen besuchen
6. Der größte Teil des verdienten Geldes muss zur Beschaffung betriebsfördernder Mittel verwendet werden.
7. Der rechte Mann soll am rechten Platz stehen

8. Einfach und solid leben, damit man früh morgens mit klarem Kopfe an die Arbeit gehen kann
9. Mit dem Gedanken vertraut sein, dass man nicht jedes Geschäft machen kann. Dann wird man sich vor vielen Verlusten bewahren und von der Konkurrenz geachtet sein.
10. Eine große Dosis Geduld, um den Erfolg seiner Mühen abwarten zu können, auch wenn es manchmal recht trostlos aussieht

**Und Geduld ist das dritte wichtige
Zauberwort**

Helmut König – Königskonzept

35516 Münzenberg - Mittelstr. 19

Tel. +49 6033/746634

Mobil +49 172 9201709

Fax. +49 721 151 430 712

helmut-koenig@koenigskonzept.de

Homepage: www.koenigskonzept.de

**Zusammen kommen ist ein Beginn -
Zusammen bleiben ist ein Fortschritt -
Zusammen arbeiten führt zum Erfolg**

