

# Marketing-Audit



Durch das Marketing werden Produkte und Dienstleistungen den Kundenwünschen angepasst, die richtigen Preise gesetzt, der effizienteste Vertriebsweg ausgewählt, sowie die eigenen Leistungen gegenüber dem Kunden effektiv kommuniziert. Der Schlüssel für den Erfolg des Unternehmens auf dem Markt ist die Leistungsfähigkeit des Marketings.

## Situation im Unternehmen

Marketing legt den Grundstein für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Es sammelt und bewertet Informationen über den Markt, den Wettbewerber und die Bedürfnisse der Kunden und leitet daraus Maßnahmen für das Unternehmen ab.

Erfolgreiches Marketing hat zum Ziel, die Positionierung des Unternehmens am Markt zu schärfen. Über eine klare Profilierung werden die Alleinstellungsmerkmale den Kunden bekannt gemacht.

Technische Unternehmen, die sehr auf die Güte ihrer Produkte setzen, können durch eine stärkere Marketingorientierung die Bedürfnisse des Kunden besser treffen und sich auf die Wettbewerber schneller einstellen. Sie können die Vertriebsprozesse auf die Bedürfnisse der Kunden einstellen und die Effektivität der eigenen Mitarbeiter optimieren.

Unter „Marketing-Audit“ versteht man die konsequente Ausrichtung des Unternehmens auf die Markterfordernisse und die Kundenbedürfnisse. Um die relevanten Felder für das Marketing-Audit zu identifizieren, werden Erkenntnisse aus dem eigenen Umfeld gesammelt und Ziele, Strategien und die Leistungsfähigkeit der Marketingaktivitäten daraufhin analysiert.

## Unser Leistungsversprechen

- Ermittlung der Stärken des Unternehmens und der Produkte als Bestandteil der Strategie und in der Verkaufsargumentation
- Identifizierung der Informationen über Markt, Wettbewerb und Kunden, die für die Strategie des Unternehmens und im Vertriebsprozess relevant sind
- Vorschläge zur Optimierung der Vertriebsprozesse und damit zur Systematisierung der Marktbearbeitung als Grundlage für nachhaltiges und effizientes Wachstum
- Vorschläge zur organisatorischen Einbettung von Marketing, Aufgabenteilung zwischen Marketing und Vertrieb sowie Schnittstellen
- Vorschläge zur Reduzierung von Risiken aus Marktsicht

## Ihre Vorteile

- Fundierte Resultate innerhalb weniger Tage
- Transparenz über den Stand von Marketing durch schnelle und objektive Lagebeurteilung
- Erfahrungsbasierter, ganzheitlicher Ansatz
- Praxisorientierte Handlungsempfehlungen
- Sie müssen nur noch umsetzen – mit oder ohne unsere Hilfe

## Unsere Stärken

- Objektiver Blick von Außen
- Operative Umsetzung
- Netzwerke und Kontakte

## Leistungen im Marketing

- Entwicklung und Begleitung von Marketing-Strategien
- Erhöhung der Marketingorientierung im technischen Umfeld
- Optimierung der Schnittstelle Marketing und Vertrieb
- Aufbau von Produktmanagement
- Optimierung der Kundenorientierung
- Marketing Audit mit Handlungsempfehlungen

## Unsere Vorgehensweise

Die Ermittlung der Fakten in den einzelnen Bereichen erfolgt durch Analysen und Interviews im Unternehmen:

- 1 Stand der Markt- und Kundenorientierung
- 2 Stand der Marktforschung über die Branche, den Markt und die Wettbewerber
- 3 Überprüfung der Systematik in der Marktsegmentierung, der Positionierung und der Identifizierung der Zielgruppen
- 4 Organisation von Marketing und Vertrieb, sowie deren Schnittstellen mit anderen Funktionen im Unternehmen
- 5 Analyse der Stärken des Unternehmens als Basis zur Vorbereitung einer geeigneten Marketingstrategie und die Einbettung in die Verkaufsargumentationen
- 6 Überprüfung des Geschäftsmodells
- 7 Ermittlung von Risiken aus Marktsicht
- 8 Unternehmensspezifische Schwerpunkte nach Vorgaben, ermittelt im Vorgespräch im Unternehmen

## Ihr Ansprechpartner:

Prof. Dr. Helmut Kohlert

Kohlert & Company GmbH  
Postfach 1149  
D-73747 Ostfildern

Mob +49 179 4932 788

Phone +49 711 3009 481

Fax +49 711 3009 482

info@kohlertcompany.com

www.kohlertcompany.com

