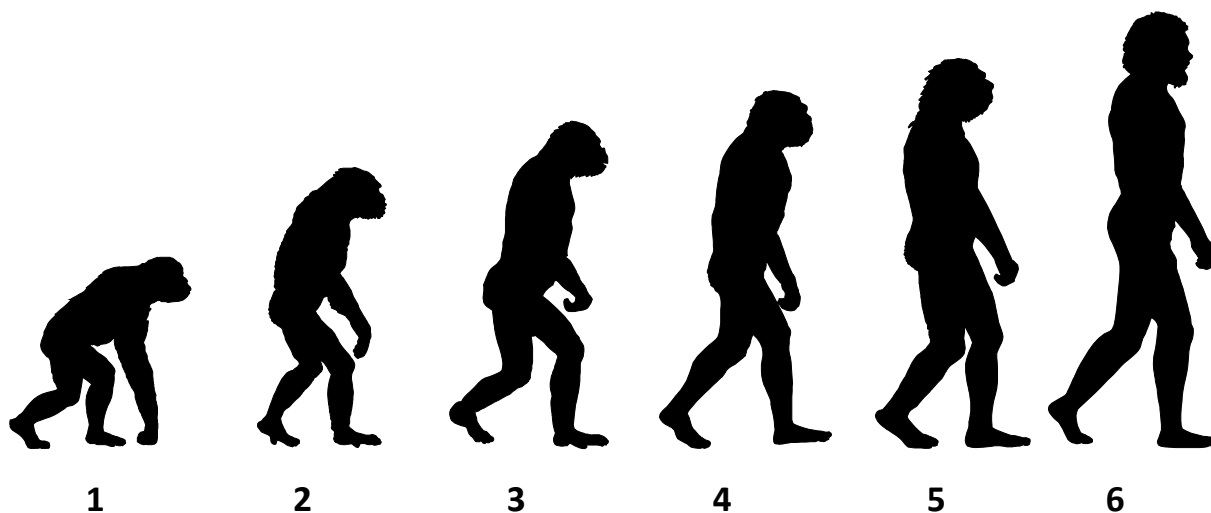


Die Marketing Evolution

Auf welcher Stufe befindet sich Ihr Marketing?



- 1** Ausgaben für Reklame? Wofür haben wir denn eine Verkaufsabteilung? Im Übrigen verkaufen sich unsere Produkte von selbst.
- 2** Werbung muss sein und das entscheidet immer der Chef - nach Kassenlage. Aber unsere Buchhaltung rechnet uns genau vor, wieviel wir ausgegeben haben. Für den Umsatz ist unser Vertrieb zuständig.
- 3** Wir machen jetzt Marketing und haben dafür sogar ein eigenes Budget. Das geht aber drauf für Anzeigen und ein oder zwei Messen. Ab und zu machen auch wir eine Mailing-Aktion. Aber hinterher wird immer genau überprüft, ob wir das Budget auch nicht überzogen haben. Leider beansprucht unser Vertrieb immer noch alle Umsatz-Erfolge für sich.
- 4** Unsere Geschäftsführung verlangt, dass wir in einem Marketingplan genau festlegen, welche Marketingaktionen wir durchführen wollen und wieviel sie kosten sollen. Dabei unterscheiden wir zwischen Online- und Offline-Aktionen. In endlosen EXCEL-Tabellen müssen wir immer haarklein festhalten, welche Kosten entstanden sind, damit das Management erkennen kann, für welchen Bereich wieviel ausgegeben wurde. Unsere Marketingabteilung wird wohl deshalb immer größer. Einen Zusammenhang mit dem Umsatz können wir zwar nicht nachweisen, aber irgendwie wird einer vermutet.
- 5** Unser Marketingplan ist jetzt ein richtiges Kunstwerk, an dem viele EXCEL-Experten gleichzeitig arbeiten. Jede Aktion wird filigran geplant und kostenmäßig hautnah verfolgt, so dass wir am Ende einer Periode genau wissen, was wir durchgeführt haben und was es (eventuell) gebracht hat. Wenn es nur nicht das aufwändige Konsolidieren der vielen Tabellen geben würde, bei dem sich immer wieder Fehler einschleichen, deren Beseitigung uns viel Zeit kostet. Dadurch hinken wir auch immer mit der Ermittlung des Restbudgets hinterher. Im Grunde genommen müssten wir uns weniger um solche Formalismen kümmern und mehr Zeit für das Erproben neuer Marketinginstrumenten haben. Richtiges Marketing Controlling gibt es aber bei uns (noch) nicht.
- 6** Wir haben eine neue Marketing-Software, mit der alle Marketingmitarbeiter arbeiten. Das Tolle daran ist, dass man damit von jedem Rechner aus arbeiten kann – auch mit dem Tablett von unterwegs oder von zuhause. Der Marketingplan ist jetzt eine ganz andere Nummer als früher. Das fängt schon mit der Etatplanung an, wo festgelegt wird, welche Mittel es für welchen Geschäftsbereich und welche Produktlinie gibt. Daraus werden die Budgets der Kampagnen und ihrer Aktionen finanziert. Während des Jahres brauchen wir uns nicht mehr um das Konsolidieren von einzelnen Tabellen zu kümmern, das macht die Software automatisch. Sie „zwingt“ uns auch dazu, für jede Aktion ein Ziel zu benennen und zu konkretisieren. Damit ist es jetzt möglich, die Effizienz aller Aktionen in einem automatischen Report „bescheinigt“ zu bekommen. Darin lässt sich auch erkennen, welche Aktionen wir besser weglassen sollten. Das ist unser Marketing Controlling! Und wir können endlich unserem Vertrieb nachweisen, zu wieviel Prozent wir „seinen“ Umsatz gefördert haben.