

Modernes Marketing als strategischer Erfolgsfaktor

Prof. Dr. Reinhold Decker
Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing

23. September 2004



ROBERT BOSCH STIFTUNG

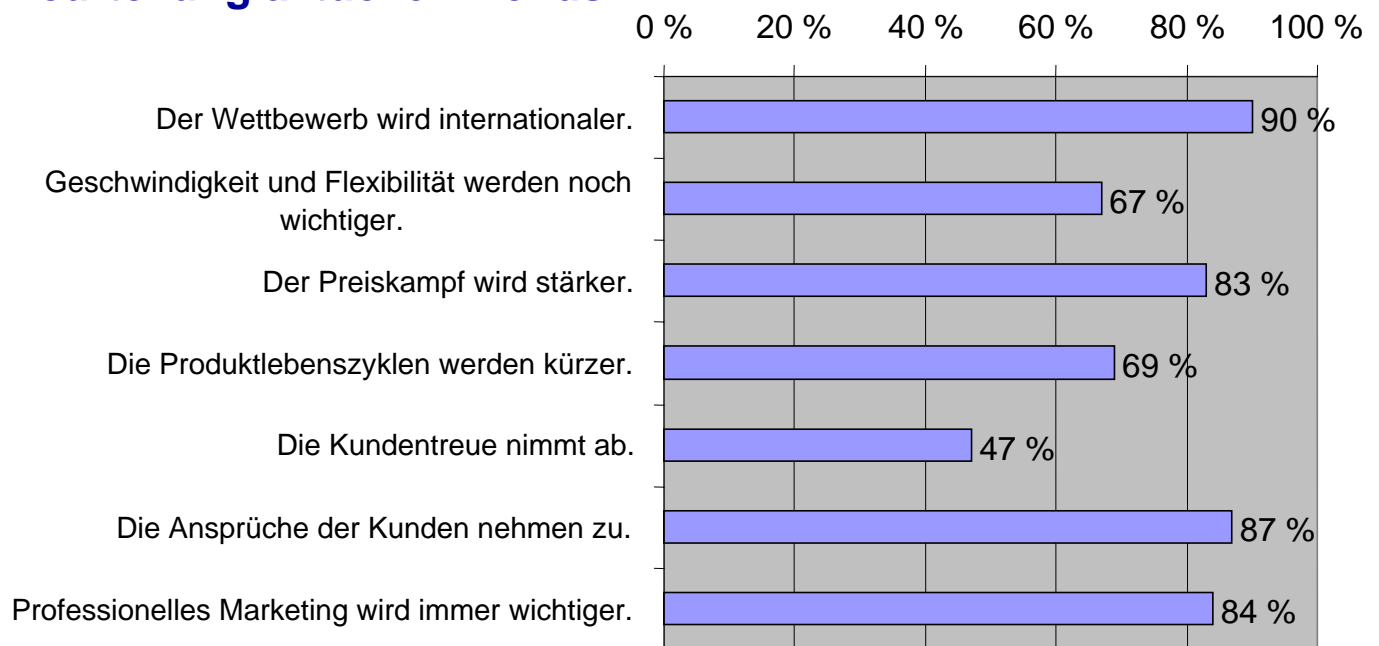


R. Decker 2004

1

Warum Marketing?

Beurteilung aktueller Trends



(88 Unternehmen)

Antwortanteil: „stimme zu“ bzw. „stimme voll zu“

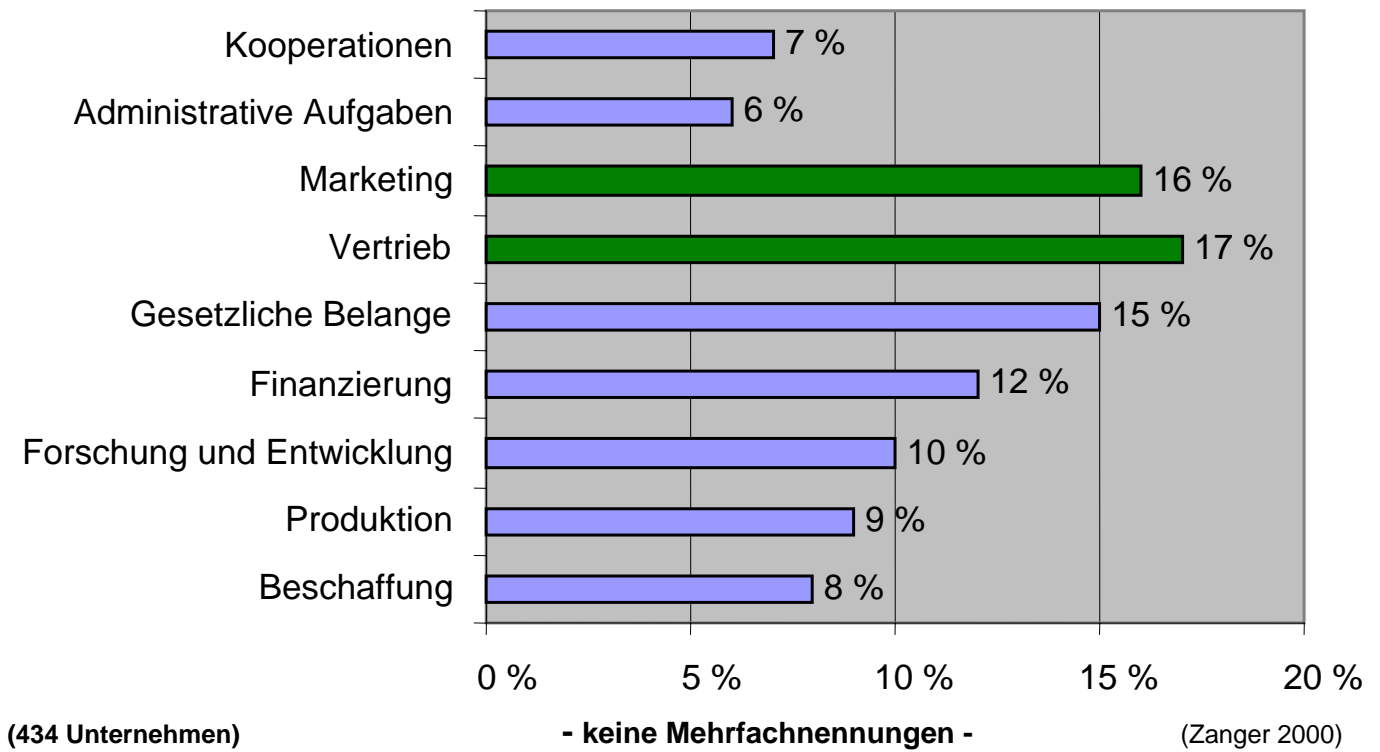
(Belz, Travella 2000)

2

R. Decker 2004

Warum Marketing?

Strategisch bedeutendster Aufgabenbereich



R. Decker 2004

3

Das "moderne" Begriffsverständnis



R. Decker 2004

4

Das “moderne” Begriffsverständnis

„Modernes“ Marketing ...

- ist mehr als die Bewerbung und der Verkauf von Produkten und Leistungen.
- bedeutet eine bewusst **marktorientierte Unternehmensführung**.
- heißt, **Kundennutzen** und **Problemlösungen** zu verkaufen.
- heißt **nicht**, es jedem (potenziellen) Kunden Recht machen zu wollen, sondern ist gleichbedeutend mit der **Konzentration auf Zielgruppen**.
- zielt **nicht** nur auf die kurzfristige Gewinnmaximierung, sondern primär auf die **langfristige Unternehmenssicherung**.

Resultierende Ursache-Wirkungskette



5

R. Decker 2004

Das “moderne” Begriffsverständnis

Beispiel zur Nutzenkommunikation („Benefit Selling“):



Aus Freude am Fahren

Die Faustregel ist so einfach wie wahr. Was sich bewährt hat, wird weiterentwickelt – vom Rauchzeichen zum Internet, vom Rad zum Automobil zur BMW 3er Limousine.

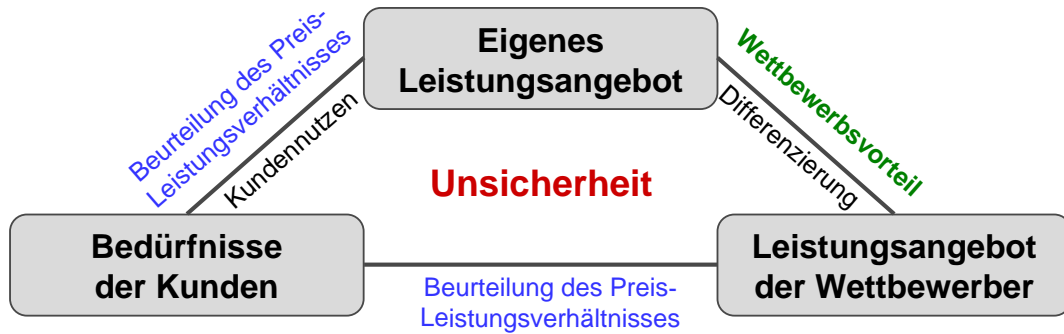
Mit ihrem unverwechselbaren Design und ihrer hoch entwickelten Fahrkultur die ideale Gefährtin für Menschen, die wissen, wohin die Reise geht.

6

R. Decker 2004

Das "moderne" Begriffsverständnis

Strategisches Dreieck:



Ziel: Schaffung und Erhalt nachhaltiger Wettbewerbsvorteile durch

- **dauerhafte,**
- für die Kunden **substanzielle** und
- **wahrnehmbar überlegene** Leistungsdimensionen.

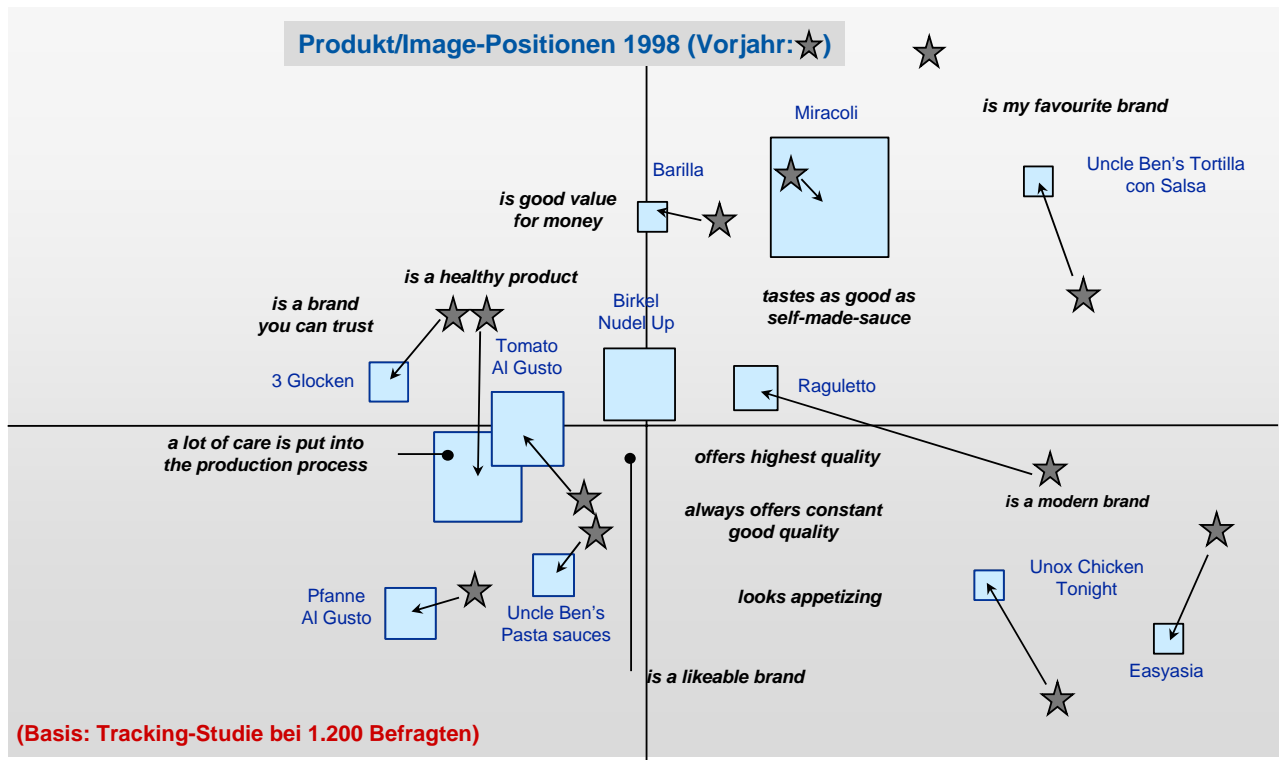
Ausgangspunkt: systematische Analyse der unternehmensspezifischen Ressourcen und Kompetenzen

Die zentrale Aufgabe



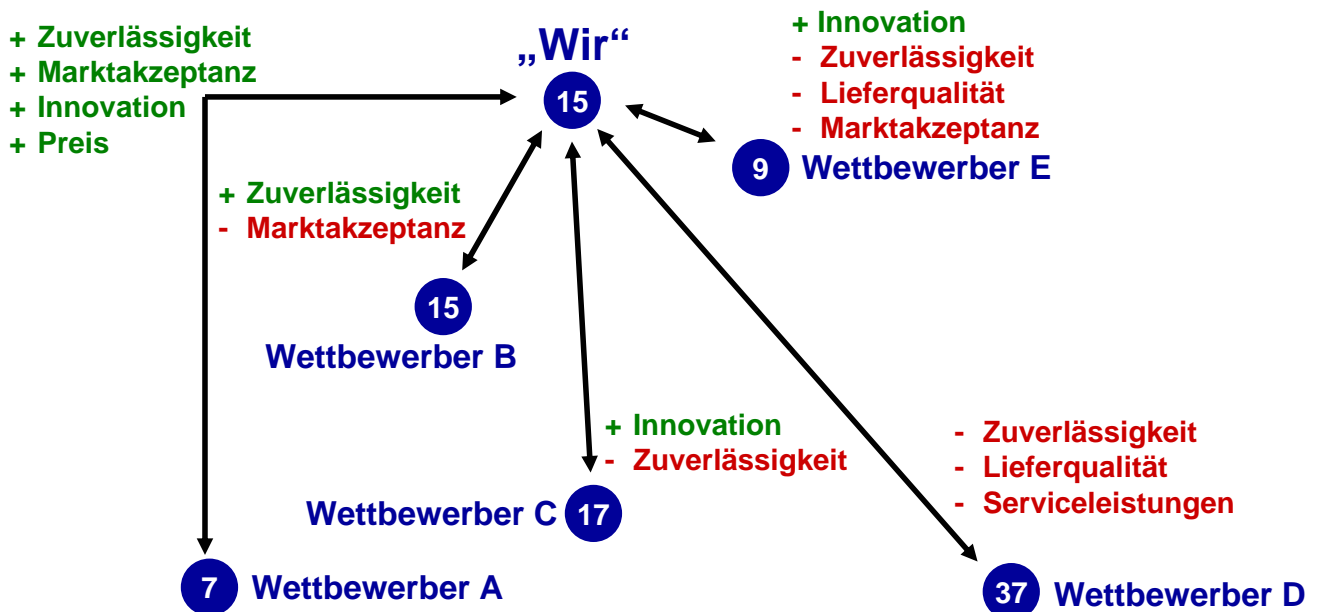
Beispielhafte Lehrinhalte

Märkte erkunden und Produkte positionieren



Beispielhafte Lehrinhalte

Lernen von den Wettbewerbern (Konkurrenzanalyse)



Beispielhafte Lehrinhalte

Entwicklung von Neuprodukten

Produktideen:

Name 1 - Asia



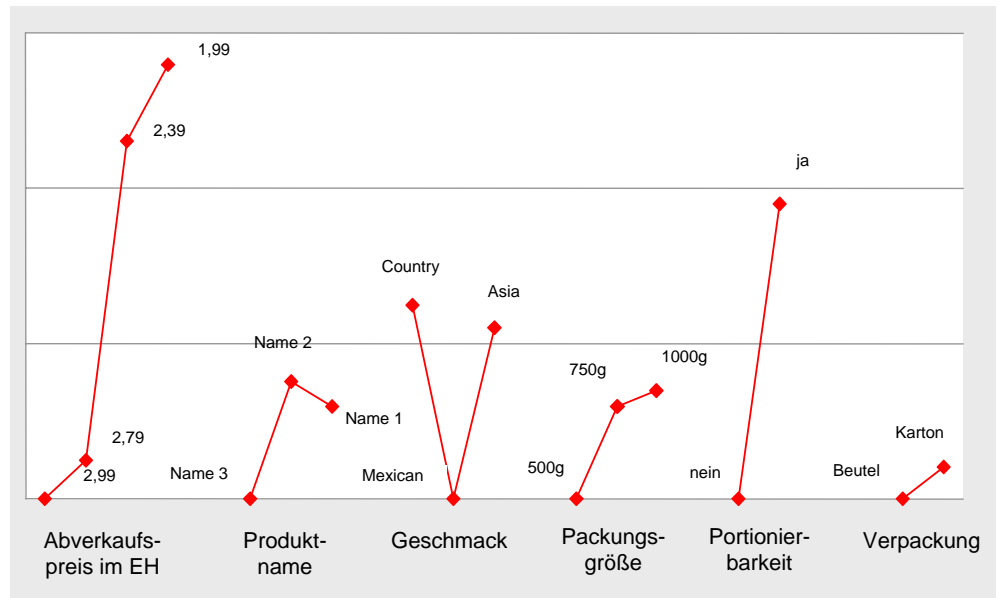
2,39 €
1000 g
Portionierbar
Karton

Name 2 - Country



1,99 €
750 g
Portionierbar
Beutel

Nutzenwerte relevanter Produktmerkmale:



Beispielhafte Lehrinhalte

Gestaltung „marktgerechter“ Preise

Einzeltickets

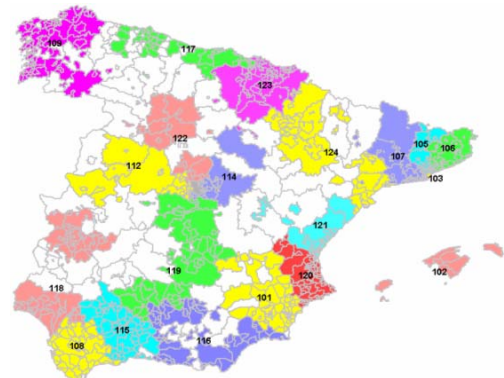
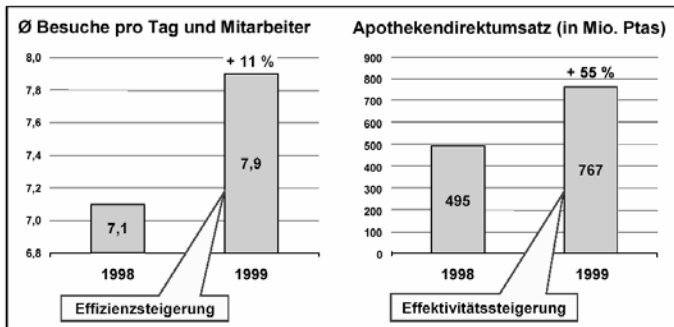
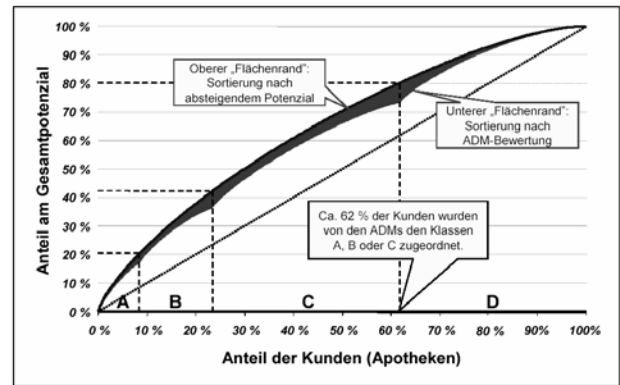
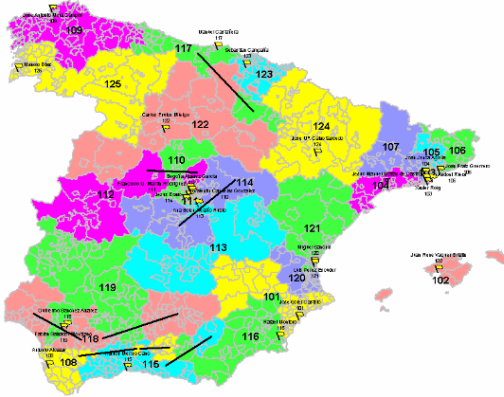
Three individual tickets are shown with the word 'verbraucht' (consumed) written diagonally across them. Each ticket is for an adult (Erwachsene) and costs 25 €. The dates are 12.02.02, 13.02.02, and 14.02.02. A fourth ticket is shown without the 'verbraucht' mark, dated 15.02.02, also for 25 €. Each ticket features a barcode and the text 'Kleinwalsertal'.

Bündelticket

A single bundle ticket (Saisonkarte) is shown for an adult (Erwachsene) covering the period 12.-15.02.02. It costs 100 €. The ticket features a barcode and the text 'Kleinwalsertal'.

Beispielhafte Lehrinhalte

Planung und Optimierung von Vertriebsgebieten

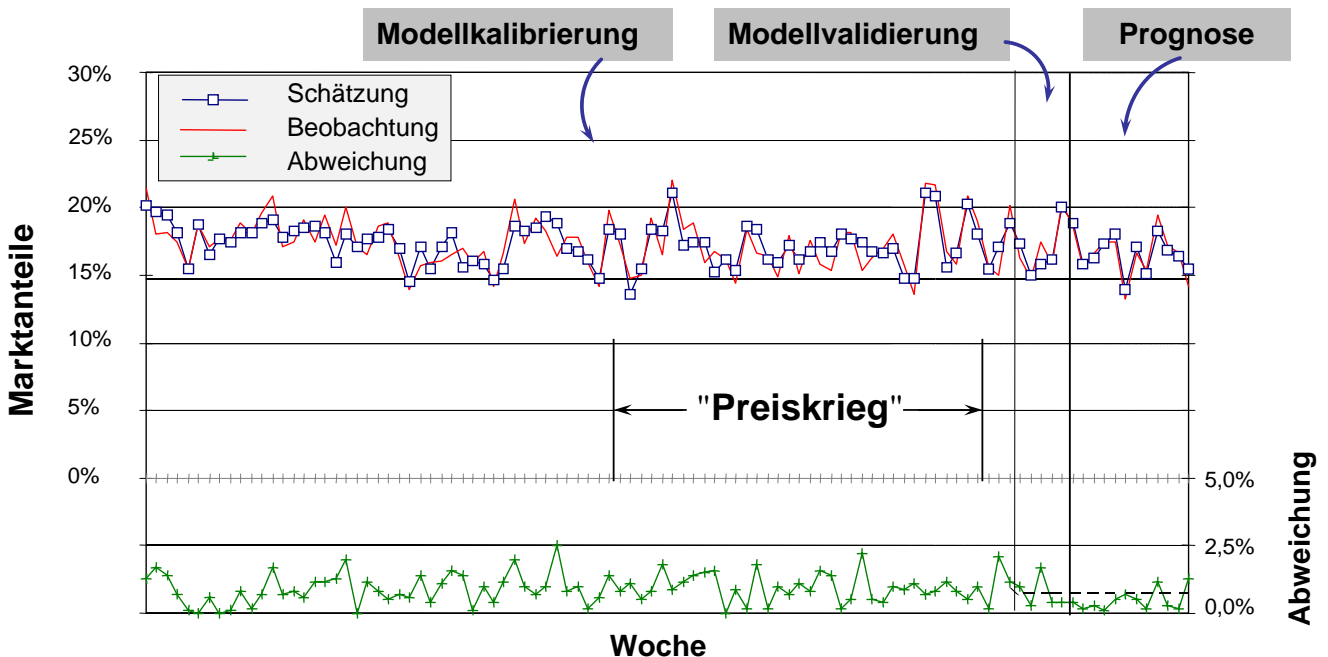


13

R. Decker 2004

Beispielhafte Lehrinhalte

Modellierung von Marktreaktionen

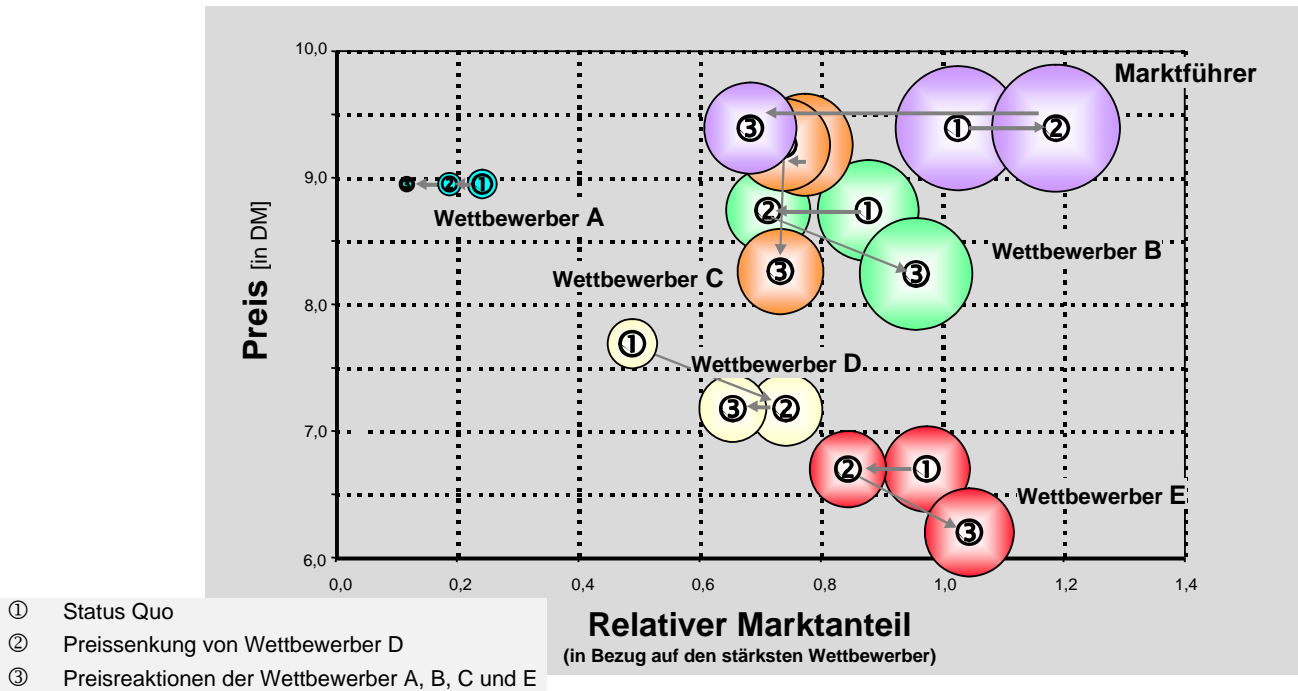


14

R. Decker 2004

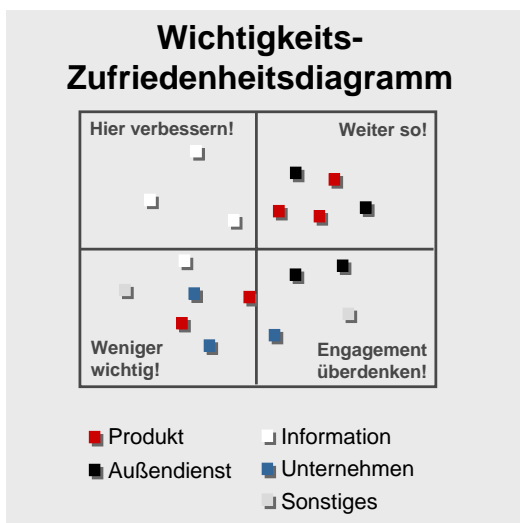
Beispielhafte Lehrinhalte

Simulation von Marketingstrategien



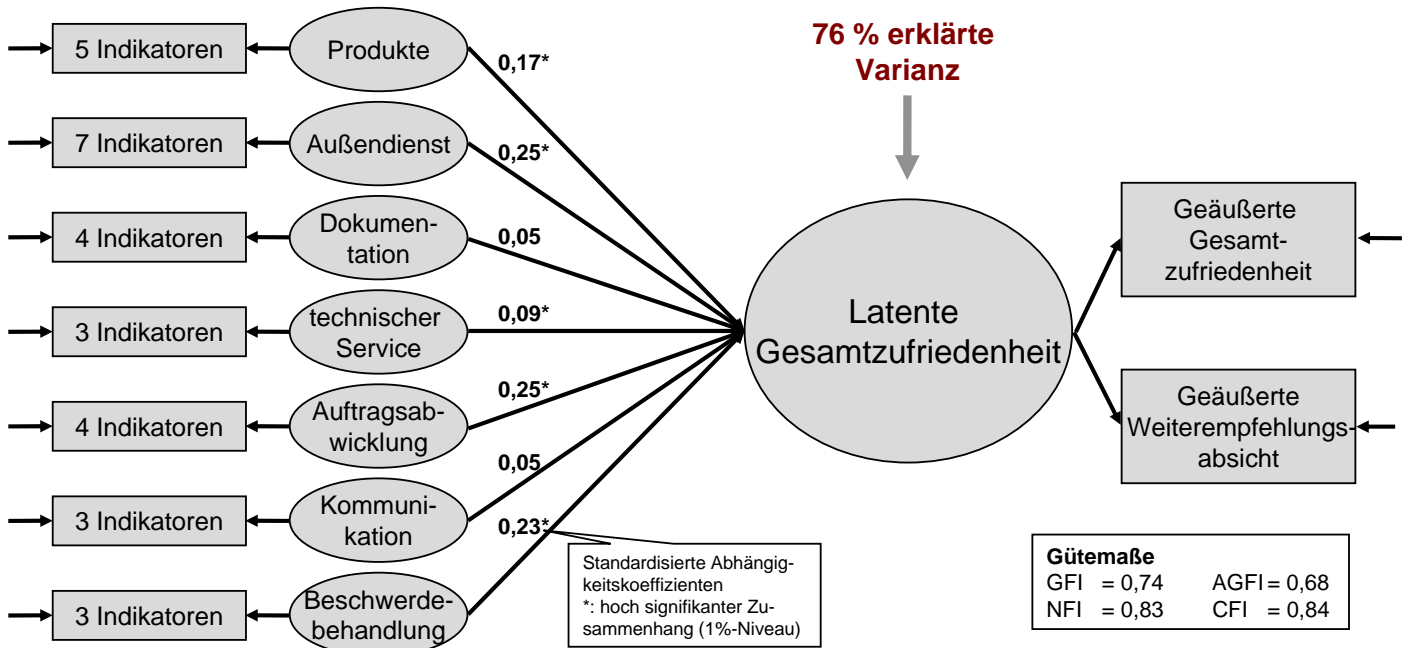
Beispielhafte Lehrinhalte

Bestimmung der Kundenzufriedenheit



Beispielhafte Lehrinhalte

Erklärung der Kunden(un)zufriedenheit



Quelle: Rudolph (1998)

Beispielhafte Lehrinhalte

Marketing mit dem bzw. im Internet (E-Commerce)

The screenshot shows the Amazon.de search results for 'BWL'. The page features a navigation bar with categories like HOME, MEIN SHOP, BÜCHER, etc. Below the search bar, there are promotional banners for 'Preise fallen' and '50 DVDs bis zu 50% reduziert'. The main content area is titled 'Alle Resultate für: BWL' and lists search results in three categories: Bücher (97 results), Software (5 results), and Video (5 results). On the right side, there are sections for 'Lieblingsliste' and 'berufliche Hilfe!'. At the bottom, there are links for 'Wo ist meine Bestellung?', 'Versand & Rücknahme', and 'Brauchen Sie Hilfe?'.

Beispielhafte Lehrinhalte

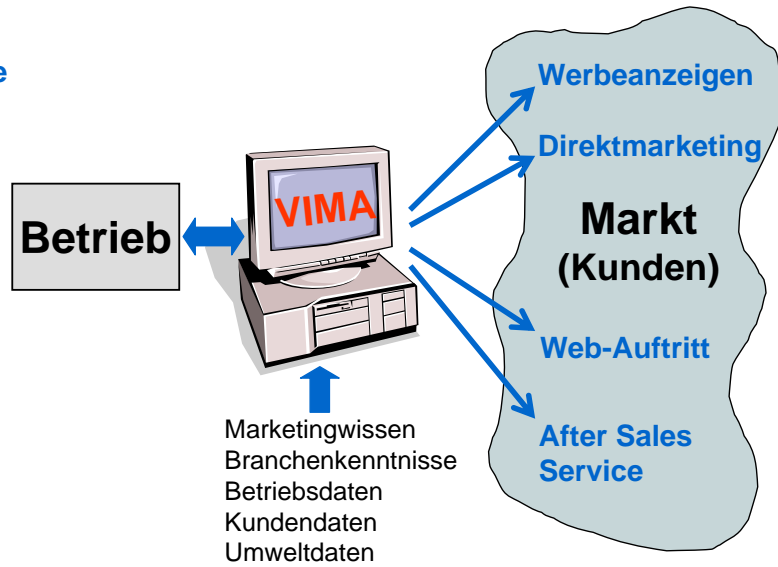
Intelligente Entscheidungsunterstützung

VIMA

ist ein dialogorientiertes
Expertensystem

und unterstützt mittelständische
Unternehmen

bei der Entwicklung und
Umsetzung von
Marketing-Maßnahmen.



Beispielhafte Lehrinhalte

Qualitätssicherung durch Beschwerdemanagement

