

Michael Richter - Internationale Marketing- /Vertriebsberatung



Hauptstrasse 27 - 88422 Seekirch/Germany
Marketing: <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/>
Ländererfahrung: <http://www.internationales-marketingkonzept.de/>
michael.richter@marketing-und-vertrieb-international.de
Fon: +49(0)7582-933371 - Mobil: +49 (0)171-5023800

Wirksames Marketing kostet Zeit, bringt aber Erfolg – besonders für KMU und international

Marketing heißt in erster Linie: Weltweiter Kontakt zu Marktsegmenten, Vertriebspartnern und potentiellen Kunden und darf nicht mit – nur - ‚Werbung‘ verwechselt werden.

Zielgruppe und Potentiale:

Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen, die die sich auf internationalen Märkten bietenden Chancen für den Vertrieb ihrer Produkte nutzen wollen.

Hintergrund:

Mit ca. 80 Millionen Einwohnern stellt Deutschland nur ca. 15 % der europäischen Gesamtbevölkerung. Also stehen ca. 85 %, d. h. die fast 6-fache Menge an Menschen als potentielle Käufer zu Verfügung.

Je nach Produkt sind das natürlich weniger, aber es ist sicher nicht übertrieben, dass der außer-deutsche Markt (nur in Europa !!) bereits ein mehrfaches dessen ist, was in Deutschland alleine vermarktet werden kann.

Der vorhandene Weltmarkt – bzw. einige ganz bestimmte Regionen, je nach Industriebereich -, der nochmals ein Vielfaches des europäischen Marktes beträgt, sorgt in jedem Fall dafür, dass bei allen Unternehmen der Exportanteil in erheblich größer sein muss, als der Inlandsverkauf – ... gleichzeitig wird das entsprechende Unternehmen stabiler und rezessionsresistenter, da es sich breiter aufstellt.

Der Weg:

Die Vielfalt aller Produkt- und Industriebereiche lässt keinen ‚Königsweg‘ zu, aber in jedem Fall ist eine gründliche Kenntnis der Märkte, der Marktsegmente, der dort vorhandenen Anzahl potentieller Kunden, der möglichen Vertriebs- oder Synergiepartner vor Ort, sowie der Mentalitäten, unumgänglich.

Diese Daten ‚müssen‘ anhand von Marktuntersuchungen, ggfs. ergänzt durch Untersuchungen zu finanziellen Hintergründen, Importbestimmungen, usw., beschafft werden.

Wann aktiv werden ?

Wer sein Unternehmen zukunftsorientiert ausrichten will, sollte bereits begonnen haben bzw. schnellstens beginnen. Dies gilt auch dann, wenn momentan die Geschäftszahlen erfreulich sind, den nur antizyklisches Verhalten bringt den Erfolg – später, wenn wieder eine rückläufige Tendenz kommt, und sie kommt mit Sicherheit, wenn man sich die Wirtschaftszyklen der Vergangenheit vor Augen hält, fehlen oft die Mittel, um so etwas zu finanzieren.

Das – empfohlene - Vorgehen

Eine sauber ausgearbeitete Marketingplanung (die nicht nur Kosten für die Werbung erfasst, sondern auch Reisekosten, Messebesuche, und mehr), die die erreichbaren Chancen beziffert und in Planzahlen übersetzt – pro Marktsegment, pro Vertriebsgebiet, pro Vertriebspartner, usw. – ist nach wie vor ein täglich nutzbares Instrument zur Steuerung und Kontrolle aller Marktaktivitäten und der damit verbundenen Kosten.

Selbstverständlich gehört – erneut abhängig vom jeweiligen Produktbereich – die gut geplante Vermarktung über das Internet, soziale Netzwerke, industrielle Plattformen, Kataloge, u. v. a. m. unabdingbar dazu.

Selbst wenn – aufgrund der Produkte - keine direkten Verkäufe über das Internet erfolgen können, ist die zielbewusste und –gerichtete Teilnahme dringend erforderlich, denn eine amerikanische Untersuchung hat beispielsweise ergeben, dass fast 60 % der industriellen Einkäufer sich immer erst einen Überblick über das Internet verschaffen, bevor ein Kauf getätigt wird.

Die Suchmaschine Google hat durch das letzte PANDA-update gezeigt, wie wichtig auf die potentiellen Kunden abgestimmte relevante Webinhalte sind – ein Beispiel über die mögliche Auffindbarkeit bei bestimmten Suchphrasen ist hier >> marketing-und-vertrieb-international.com/internet/suchmaschinen-treffer.htm ersichtlich.

Das Ergebnis

Das Unternehmen

- stellt sich breiter auf,
- erzielt höhere Umsätze,
- bekommt mehr Kontakte,
- macht einen höheren Gewinn,
- ist rezessionsresistenter und

hat dadurch den finanziellen Spielraum sich mit weiteren Aktivitäten zu befassen – von der Forschung, über die Entwicklung oder Anpassung der eigenen Produkte auf sich ändernde Märkte, und vieles andere mehr.

Michael Richter - Internationaler Marketing- und Vertriebsberater, Seekirch - befasst sich seit mehr als 35 Jahren mit strategischem Marketing.

Von der Marktuntersuchung, bis zur Planung und erfolgreichen Vermarktung der verschiedensten Investitionsgüter und langlebigen Gebrauchsgüter auf allen 5 Kontinenten, orientiert an der Zielsetzung seiner Kunden.

Die daraus resultierenden Kenntnisse und Erfahrungen bietet er seinen weltweiten Kunden für Marketing und Vertrieb an, insbesondere KMU.

Daneben bietet er weltweite praktische Unterstützung, Coaching, Firmenseminare oder auch die Erstellung erfolgreicher Internetseiten.

Michael Richter - Internationale Marketing- und Vertriebsberatung - Hauptstrasse 27 - 88422 Seekirch/Deutschland - Marketing = <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/>
Ländererfahrungen = <http://www.internationales-marketingkonzept.de> - 07582-933371