

1. Marketing ohne Internet !?

Michael Richter - Internationale strategische Marketing- und Vertriebsberatung

Marketing ist ohne Internet nicht wirklich vollständig ...

... und man begibt sich vieler Möglichkeiten Aufmerksamkeit zu erringen und neue Kunden zu generieren, auf die man sonst keinen Zugriff hat.

Denn: Wer kann schon permanent auf allen Erdteilen mit anderer Werbung so präsent sein, wie es mit dem Internet möglich ist. Das ist einfach unbezahlbar !

Was kann wer also tun ?

- **Für ein kleines Unternehmen bietet sich folgendes an:**

KMU/Kleine und mittelständische Unternehmen haben in aller Regel begrenzte Ressourcen. Wie können sie also trotzdem alle ihre Fähigkeiten/Möglichkeiten bekannt machen und wachsen !?

Mit einer gut gemachten Internetpräsenz - und die ist letztlich doch ein preiswertes Vergnügen - können sie ihre Fähigkeiten darlegen. **Preiswert ist alles, dessen ‚Einmal‘-Kosten vom zu erwartenden Ertrag weit überstiegen werden !**

Bei gut gemachter Aufmachung und Textbearbeitung, sowie Rücksichtnahme auf die Kundengruppe (wen wollen sie als Kunden haben) und die Suchmaschinengrundlagen **können Sie unter die ersten Treffer bei einer Suche gelangen.**

Allerdings:

Das verlangt dann auch nach einer guten Verlinkung in allen möglichen Verzeichnissen, Suchmaschinen, usw. -, denn nur das Zusammenspiel der Webseite mit anderen Internet-Möglichkeiten (RSS, Artikel, usw.) erhöht die Relevanz in den 'Au- gen' der Suchmaschinen und führt wirklich auf erste Plätze.

*** Alleine eine gute Internetseite reicht nicht aus, die haben andere auch.

*** Erst die Erfahrung mit den Internet-Möglichkeiten bringt das Wissen darum, wie man bessere Plätze erreichen kann.

Der Rest ist dann abhängig von der individuellen Zielsetzung des Unternehmens, dem Marketingplan, der Ertragssituation, evtl. Internationalisierung, usw., usw.

- **Für große Unternehmen**

Manchmal ist es erstaunlich, mit welcher Selbstverständlichkeit große Unternehmen meinen: **'Man kennt uns und wird uns finden'**

Kommt es dann aber doch dazu, dass das bisher belieferte große Marktsegment - von dem man dann auch noch unverhältnismäßig stark abhängig war (nach dem Motto: 'Diese Industrie wird ewig bestehen ...') - eine Delle bekommt, wird es schwierig.

Ob die wirtschaftliche Situation sich geändert hat oder Substitute auf dem Vormarsch sind, auf einmal fehlen Kontakte in andere Industriezweige, die man auch hätte beliefern und die eigene Unternehmenssituation stabilisieren können - die bisher aber als 'zu klein/gering' betrachtet wurden.

Mit anderen Worten:

Fähigkeiten sind da, Kapazitäten werden vorgehalten ... und doch fehlen dann Aufträge.

Man hat auch bereits eine sehr gut gemachte Internetpräsenz (die wahrscheinlich nicht billig war), aber ... wenn man die Firma nicht beim Namen kennt und danach suchen kann, wird sie nicht gefunden. Und kommt doch jemand 'zufällig' vorbei, **bekommt er keine 'Lösung für sein Problem'**.

Die Firma ist zwar gut dargestellt und es gibt **einen 'lebendigen Prospekt'** - der Kundennutzen aber wird nicht (oder zuwenig) bedacht und ausführlich dargestellt, oder die erforderliche Interaktivität und Unterstützungsangebote bei Fragen fehlen ...

... und dann kann natürlich keiner auf die Webseite kommen, der nach einem Produkt/ einer Fähigkeit sucht, die auch von dort kommen könnten.

Auch als (jetzt noch) gut situierte Firma muss man für die Zukunft vibauen und darf nicht nachlässig werden - wir müssen uns darüber klar sein, dass viele Wettbewerber auf der Welt vorhanden sind, die auch Kunden brauchen. Und **ein** Auftrag kann eben **nur einmal** vergeben werden.

Haben wir ihn nicht, hat ihn der Wettbewerb (vielleicht sogar mit einer weniger guten Lösung, als der die von uns hätte kommen können) - auch beispielsweise aus anderen Ländern, aber wenn die ihn haben, werden sie als Wettbewerber noch stärker.

Ergo:

Für Überheblichkeiten irgendwelcher Art ist heute kein Platz mehr ! Kleine werden groß und müssen es werden, damit mehr Arbeitsplätze geschaffen werden und große müssen wirtschaftlicher denken und in vielen Bereichen flexibler werden, damit Arbeitsplätze erhalten werden.

Was nicht hier passiert, passiert trotzdem ! Schöner wäre aber hier !

Wer die Eröffnungsfeier der 29. Olympiade am 08.08.08 gesehen hat - und die Kreativität, Perfektion und den Fleiß mit dem sie durchgeführt wurde, bewundern durfte -, darf getrost davon ausgehen, dass diese Fähigkeiten auch zukünftig für alle Marketingaktivitäten weltweit eingesetzt werden ... **und das nicht nur von China, sondern von all jenen, die sich mit dem heute erforderlichen Marketing näher befassen und dem Kunden die ihm gebührende Aufmerksamkeit schenken.**