

# MARKETING-CHECK

Antwortmöglichkeiten zum Ankreuzen:

ja                    nein   n. r.                    und Spalte für Anmerkungen  
                               

Dieser Fragebogen soll einen kurzen Überblick über die Marketing-Situation in Ihrem Betrieb geben und wird als Gesprächsbasis beim Marketing-Input dienen.

Nehmen Sie sich kurz Zeit, die einzelnen Fragen zu beantworten, zu denen Sie gegebenenfalls auch Anmerkungen machen können. Antworten Sie mit „ja“, wenn Sie der Frage voll zustimmen, mit „nein“, wenn dies nicht der Fall ist. Falls eine Frage für Sie nicht zutrifft, dann kreuzen Sie „nicht relevant“ (n. r.) an.

Sie können sich auch für eine Zwischenstufe entscheiden (trifft eher zu, trifft weniger zu). Zur Orientierung finden Sie einige Antwortbeispiele klein gedruckt.

|   | ja                       | trifft eher zu           | trifft weniger zu        | nein                     | nicht relevant           |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>Ist in Ihrem Werbeauftritt und in Ihrer PR Nachhaltigkeit zu verspüren?</b><br>„Es handelt sich eher um Einzelaktionen“ – nein             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Einsatz von Werbemittel</b>  |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>Entspricht der Einsatz von Werbemitteln den Zielen Ihres Marketings?</b>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Erscheint Ihnen die Gestaltung Ihrer Werbemittel (Prospekte, Kataloge, Auslage, Homepage) professionell?</b>                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Werden die Inhalte Ihrer Standard-Werbemittel öfter durch Spontanaktionen mit aktuellen Inhalten ergänzt, z. B. durch Flyer?</b>           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Werbung nach innen – Controlling</b>   |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>Da Marketing Geld kostet, ist eine Information über den Erfolg jeder Maßnahme notwendig. Gibt es diese Marketing-Erfolgskontrolle?</b>     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Wenn das Geld knapp wird, spart man auch beim Marketing. Gehen Sie beim Sparen selektiv vor und sehen Sie sich jede Position genau an?</b> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Sind Reklamationen für Sie eine klare Chance?</b><br>„Reklamationen empfinde ich nur als lästig“ – nein                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## Die nächsten Schritte:

Gehen Sie alle jene Positionen noch einmal durch, die Sie mit einem „nein“ oder einer Tendenz in Richtung „nein“ beantwortet haben. Hier könnte ein dringender Handlungsbedarf bestehen.

## Danach schreiten Sie gleich zur Tat – denn Marketing ist eine geplante Bewegung nach vorne!

Vereinbaren Sie einen Termin für den Marketing-Input in einer WKNÖ-Bezirksstelle und nehmen Sie diesen Bogen zu dem Beratungsgespräch mit. Anhand Ihrer Antworten können Sie gemeinsam mit einem erfahrenen Unternehmensberater aus der Wirtschaft herausfinden, wie Sie durch gezieltes Marketing noch mehr für Ihren Betrieb herausholen.

Der Marketing-Input ist mit dem beiliegenden Gutschein für Sie als Jungunternehmer kostenlos! Sie erfahren dort auch Näheres über unsere weiterführenden Beratungsangebote wie den – zu 100 % geförderten – vierstündigen Marketing-Quick-Check.



|  | ja                       | trifft eher zu           | trifft weniger zu        | nein                     | nicht relevant           | Anmerkung |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|
| <b>Meine Branche</b>   |                          |                          |                          |                          |                          |           |
| <b>Sind Ihnen die Trends der Branche auf dem österreichischen Markt geläufig?</b><br>„Ich lese Marktforschungen aus der Branche“ – ja;<br>„Der Markttrend ist sehr unübersichtlich“ – nein   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |
| <b>Verfügen Sie über ausreichende Kenntnisse über Ihre momentanen oder künftigen Exportmärkte?</b><br>„Kann nicht exportieren“ – nicht relevant;<br>„Ich bin ausreichend über diese Märkte informiert“ – ja  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |
| <b>Ist für Sie eine Marketing-Kooperation mit Kollegen aus der gleichen Branche oder einer anderen Branche ein aktuelles Thema?</b><br>„Geht in unserer Branche nicht“ – nicht relevant; „Bin in einer Marketingorganisation“ – ja; „Noch nicht probiert, könnte aber interessant sein“ – nein | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |
| <b>Der Markt</b>   |                          |                          |                          |                          |                          |           |
| <b>Kennen Sie die aktuellen Nachfrageentwicklungen in Ihren Sortimenten?</b><br>„Ich weiß, wo es Renner und Schläfer zu geben scheint und wie sich die Situation voraussichtlich in den nächsten 3 bis 5 Jahren entwickelt“ – ja   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |
| <b>Kennen Sie die aktuellen Nachfrageentwicklungen in Ihren Kundenschichten?</b><br>„Kenne die Entwicklung der Nachfrage und weiß, in welchen Märkten ich in den nächsten 2 Jahren weniger Absatz zu erwarten habe“ – ja   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |
| <b>Haben Sie Ihre Informationswege zu den Marktdaten systematisiert?</b><br>„Dies geschieht eher zufällig“ – nein  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |
| <b>Die Strategie</b>   |                          |                          |                          |                          |                          |           |
| <b>Steht in Ihrem schriftlichen Leitbild der Kunde im Mittelpunkt?</b><br>„Kein schriftliches Leitbild“ – nein   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |

|  | ja                       | trifft eher zu           | trifft weniger zu        | nein                     | nicht relevant           |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Wenn Sie expandieren wollen, haben Sie festgelegt, ob Sie mit dem vorhandenen Angebot neue Märkte ansprechen wollen oder mit einem veränderten Angebot die bestehenden Märkte/Kunden?<br><i>„Noch nicht überlegt“ – nein</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Wenn Sie Auslastungsprobleme (Überkapazitäten) haben oder haben werden, gibt es dafür eine vorbereitete Marketingantwort?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Marketingplanung und -ziele</b>   |                          |                          |                          |                          |                          |
| Haben Sie Umsatzziele nach Umsatzgruppen für das nächste Jahr definiert?<br><i>„Nur ein gesamtes Umsatzziel meines Unternehmens definiert“ – nein</i>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gibt es einen Marketingplan für das nächste Jahr, d. h. wo und wann Sie welche Märkte ansprechen wollen und mit welchen Mitteln?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Haben Sie ein Marketingbudget für das nächste Jahr festgelegt?<br><i>„Entscheide eher spontan, wie viel ich wofür ausgeben will“ – nein</i>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Die Mitbewerber</b>   |                          |                          |                          |                          |                          |
| Kennen Sie die 5 wichtigsten Mitbewerber in Ihrer Region, deren Struktur und Größe?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Beobachten Sie die Märkte genau dahingehend, ob es Newcomer als Mitbewerber gibt und wer sich mit welchen Argumenten neu am Markt beteiligt?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kennen Sie die Wettbewerbsvorteile und Wettbewerbsnachteile der wichtigsten Mitbewerber?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kennen Sie deren Vermarktungstaktik, deren Vertriebswege, deren Kommunikationswege zum Nachfrager?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Die Kunden</b>  |                          |                          |                          |                          |                          |
| Segmentieren Sie die Bearbeitung von Kunden nach deren Wichtigkeit für Ihren Betrieb?<br><i>„Unterteile nach A-, B-, C-Kunden oder einer ähnlichen Gliederung“ – ja</i>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Wenn Sie bereits Altkunden (bestehende Kunden) in größerer Zahl haben: Gibt es für diese ein eigenes Kundenbetreuungsprogramm?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Wenn „business to business“ (b2b) für Ihre Branche ein Thema ist, bearbeiten Sie diese Kunden anders als die Letztverbraucher?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Die Kundenpflege</b>  |                          |                          |                          |                          |                          |
| Ist die Neukundengewinnung – auch als Ersatz für wegfallende Kunden und für die Expansion – eine Ihrer wichtigsten Kernaufgaben?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

|   | ja                       | trifft eher zu           | trifft weniger zu        | nein                     | nicht relevant           |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Haben Sie schon ein Programm für die Kundenbindung entworfen, um aus Erstkunden „Wiederholungstäter“ zu machen?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Überraschen Sie Ihre Kunden positiv durch etwas Unvorhergesehenes?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Die Produkt- und Preispolitik</b>  |                          |                          |                          |                          |                          |
| Ist Ihre Preispolitik marktkonform, d. h., würden Sie selbst für Ihre Leistungen diesen Betrag bezahlen?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Haben Sie Leistungsgruppen/Produktgruppen ausfindig gemacht, die einen Preisspielraum nach oben zulassen würden oder werden?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Nutzen Sie außer Abverkäufen und Sonderangeboten auch andere Methoden der Preisdifferenzierung?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Der Vertrieb/Verkauf</b>   |                          |                          |                          |                          |                          |
| Haben Sie auch schon andere – als die jetzt benutzten – Vertriebswege und Vertriebsmethoden in Betracht gezogen bzw. ausprobiert, wie z. B. Vertriebspartner suchen, mehr Direktverkauf anstreben, Zusatzverkäufe forcieren etc.? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gibt es grundsätzlich Verkaufsschulungen und -ziele für jeden (Mitarbeiter und Unternehmer), der mit dem Kunden in Kontakt kommt?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Interne Marketingorganisation</b>  |                          |                          |                          |                          |                          |
| Ist die Verantwortlichkeit für das Marketing klar geregelt und hat derjenige/diejenige auch genügend Freiraum?<br><i>„Das wird nebenbei erledigt“ – nein</i>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Werden alle – auch Sie selbst – im Marketing geschult?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gibt es eine systematische Rückinformation über den Markt von jedem (Mitarbeiter und Unternehmer), der mit dem Kunden zu tun hat?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Werbung und PR</b>   |                          |                          |                          |                          |                          |
| Gibt es in Ihren Werbemitteln eine klar erkennbare Corporate Identity, die durch ein Corporate Design zum Ausdruck kommt, wie z. B. Firmenfarbe, Logo, Slogan etc.?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Haben Sie klare Vorgaben für den Werbemiteleinsatz, wie z. B. regelmäßige Anpassung, Aktualisierung der Homepage oder Inseratschaltung nur mit PR-Artikeln?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |