

Erfolgsideen für den Mittelstand

Erfolgspaket „Strategische Kommunikation“ für die Optimierung der Leistungsvermarktung



METAMAX

DIE MAXIMIERUNG DES MÖGLICHEN

Strategische Unterstützung GL

Metastrategie

Persönliche Positionierung der Unternehmer im eigenen Unternehmen

Arbeit mit dem „Metastrategischen Sandkasten“

GL-Coaching

Selbstbildklärungen
Imageoptimierung
Führungsfinessen
Strategisches Sparring (Spiegel)
„InnerBusiness“ (das Unternehmen als Erfahrungsbühne)

Unternehmensstrategie

Standortbestimmung
Zielklärungen
Wege der Zielerreichung
Strategie-Formulierung
Strategie-Verabschiedung
Strategie-Vermittlung / -Information

Kommunikationsstrategie und -Konzeption

Absenderklärungen
Empfängerklärungen
Vermittlungsinhalte
Vermittlungsformen
Vermittlungswege
Verständigungsregeln

Produktstrategie / Leistungserstellung

Beratungsunterstützung nur in Form von Unterstützungsleistungen zur Stärkung der Leistungskommunikation

Vermarktungsstrategie

Direktvertrieb / Niederlassungen
Vertriebsplanung
Vertriebspartner
Vertriebspersonal
Vergütungssystem
Erfolgskontrolle

Vermarktungskonzept

Vermarktungsanlässe (Was)
Vermarktungsmaßnahmen (Wie)
Zielkunden (Wen)
Reichweiten (Wo)
Zielsetzungen (Wie viel)
Termine/Timing (Wann)

Operative Unterstützung VL+Team

Unternehmensauftritt

CI mit Leitgedanken und Werten
CD in stimmiger Umsetzung der Kernmedien (Geschäftspapier-Ausstattung, Homepage, Anzeigenraster u.v.a.m.)
Visitenkarte, Imagefolder, Banner/Roll ups, Produktprospekte, Empfehlungsinstrumente, Give aways

Kontraktanbahnung

Gesprächsnachbereitung (mehrstufig)
Kontakttracking (mediengestützt)
Abschluss / Finalisierungskreativität

Beständige Neukundenakquisitionen

Segmentierung (b2b / b2c)
Identifikation
Selektion
Anspracheanlässe
Promotions

Mediengestaltung und -produktion

Designstrategie / Designkonzeption
Art-Kreation
Abstimmungsstufen
Produktionsplanung
Einsatzsteuerung
Ergebniscontrolling

Impulscoaching

Erfolgsargumente
Teamentwicklung
Aktionsideen
Abschlussverstärker
Einwandbehandlung
Supervision (Gemeinsames Lernen)

Konsequente Bestandskundenakquisitionen

Klassische Aktionen zur Verfestigung der Kundenbeziehung und Kundenbindung mit Mehrkaufs und Mehrmalskaufanregungen

Back office

Implementierung einer initiativen Verkaufsunterstützung, Koordination zwischen Produktion und Vermarktung

DataBase

Pflege der Kundendatenbank
Quellenrecherche neue Zielkunden
CRM (Anlassaktivitäten)

Kontaktanbahnung

Planung der gesamten Kontaktstrecke / Steuerung der Aussendungsfrequenz
Durchführung der Kontaktsprache (outbound)
Koordination der Response-Inhalte (inbound)
Zuordnung akquirierter Gesprächstermine (Email / outlook-Planer)

Steuerung der internen Back-office-Arbeit durch externen Support oder durch Vergabe der Leistungen an erfolgswahrende Netzpartner (Letter Shop, Call Center u.a.)

Messbar
mehr Erfolg
im Unternehmen durch
**DIE MAXIMIERUNG
DES MÖGLICHEN**

Planung / Controlling / Reporting

Planung der Vertriebsleistung (Erfolgsplanung mit Verkäufern als Kernposition der Gesamtplanung); Entwicklung von Vergütungssystemen; Budgetierung und Überwachung der Vertriebskosten durch ein dynamisches Planungswesen und Controlling; Unternehmens-Reporting