

# Continuing Marketing Education Erfolgreiche Umsetzung

as Lernprogramm zeigt in Kurzform, wie man mittels schnell und leicht erlernbarer Erfolgsregeln überzeugend kommunizieren kann. Konkret wird erläutert, wie Texte und Bilder so gestaltet werden können, dass der Betrachter Produktvorteile deutlich wahrnimmt. Anhand von Fallstudien wird anschaulich Schritt für Schritt illustriert, wie Daten so vermittelt werden, dass der Kunde seinen Nutzen erkennt und zum Produkt oder Rezept greift. Professionelle Hinweise und Tipps helfen, Erfolg versprechende Wettbewerbsvorteile, z. B. in Anzeigen, Mailings und Foldern, zu schaffen.

## Was fragt der Kunde?



Was bringt mir das?

#### Prioritäten?

Die 3 wichtigsten Projekte sind

1) ... 2) ...



## Womit verbringen Sie Ihre Zeit?

Die 3 Aktivitäten, die mich am meisten beschäftigen, sind

- 1) ...
- 2) ...
- 3) ...



Die vorangegangenen neun Folgen dienten dazu, Konzepte und Strategien sowie handwerkliches Können zu vervollkommnen. Doch was nützen schöne Kommunikations-Pläne, wenn sie nicht Realität werden? Die heutige und letzte Folge beleuchtet daher organisatorische und zwischenmenschliche Aspekte, sowie Zeitmanagement, um Pläne im Alltag effektiver zu verwirklichen. Konkret: Was sollte man beachten, um Projekte erfolgreich zu vollenden und Dinge leichter zu bewegen?

# 1 Was fragt der Kunde?

Beantwortet der Kommunikationsinhalt die Frage des Kunden nach "Wabrimida = Was bringt mir das"? Wie deutlich kommt der Vorteil zu Tage, den das Produkt dem Kunden verschafft? Welches Problem der Kunden löst die angebotene Leistung? Worin unterscheiden Sie sich dabei von der Konkurrenz? Haben Sie Ihre Kunden persönlich gefragt, ob Sie richtig liegen? Wenn Sie hierauf keine klaren Antworten haben, wird Ihre Botschaft ungehört verhallen.

## 2 Prioritäten?

Die Rangfolge von Zielen ist im Marketingalltag oft verschwommen, sozusagen im Nebel unsichtbar. Hilfreich ist die Antwort auf die Frage: Welches sind die drei wichtigsten Prioritäten? Schreiben Sie diese auf, so dass Ihr Blick mehrfach am Tag darauf fällt. Sie werden so immer daran erinnert, was vorrangig ist.

## 3 Womit verbringen Sie Ihre Zeit?

Schreiben Sie auf, wie Sie den beruflichen Alltag verbringen. Prüfen Sie, ob Ihre Aktivitäten mit den Prioritäten im Einklang stehen. Falls nicht (was oft der Fall ist), werden Sie Ihre Ziele wahrscheinlich nicht erreichen. Planen Sie Ihren Tagesablauf so, dass Sie jeden Tag mindestens eine Stunde für die oberste Priorität aufbringen. Niedrige Prioritäten stehen dann hinten an.





#### Präsentieren Sie!

Nutzen Sie iede Gelegenheit zu kommunizieren!



Betonen Sie den Wert für das Unternehmen! 7

#### Hintergrundgespräche



Schlüsselperson

8

### Weg in das Gedächtnis



9

## Soll-Ist-Vergleich

 Eingehaltene Termine "belohnen"



 Verpasste Termine "bestrafen"



Leute an Fristen erinnern

10

## Engagement stärken

"Erfolgreiche Projekt-Arbeit besteht hauptsächlich darin, andere zu ...



motivieren und zu begeistern."

#### 4 Mentor

Finden Sie einen erfahrenen, Ihnen wohlgesonnenen Ratgeber, z. B. einen ehemaligen Vorgesetzten oder einen älteren Kollegen, dem Sie vertrauen. Besprechen Sie sich einmal im Monat und fragen Sie, was Sie ergänzen oder weglassen sollten. Seine Empfehlungen können Ihnen helfen, Sackgassen zu vermeiden. Seine Tipps können für Sie Gold wert sein.

# **5** Ausprobieren

Gehen Sie bei Ihren Aktionen folgendermaßen vor: 1. Entwickeln Sie einen Entwurf Ihres Projektes, z. B. Anzeige, Folder. 2. Testen Sie den Entwurf bei den Endkunden, z. B. Außendienst, Arzt. 3. Überarbeiten Sie den Entwurf. Wiederholen Sie den Zyklus mehrfach, so dass Sie zu einem optimierten Entwurf kommen. Sie können alles testen: Botschaften, Vokabular, Diagramme, Photos, etc. - wenn Sie genügend Zeit dafür einplanen (woran es in der Praxis oft scheitert). Microsoft z.B. ließ die Vor-Version von Windows von circa 300.000 Usern testen, um Schwachstellen Schritt für Schritt auszumerzen ("debugging").

#### 6 Präsentieren Sie!

Auch wenn Sie sich wie eine Schallplatte mit einem Sprung vorkommen: Nutzen Sie jede Gelegenheit zu einer Präsentation oder einem kurzen Vortrag - intern oder extern. Wiederholen Sie ihre Botschaften immer wieder, denn nur dann bleiben sie haften. Bei Gesprächen mit der Geschäftsleitung betonen Sie natürlich den Wert Ihres Projektes - für die Zukunft des Gesamtunternehmens.

## 7 Hintergrundgespräche

Vereinbaren Sie vor wichtigen Entscheidungen zu Ihren Marketingprojekten Gespräche unter vier Augen mit Personen, die Einfluss auf den Fortgang Ihres Projektes haben. Wichtig ist, dass das Gespräch überhaupt stattfindet und der Gesprächspartner Wertschätzung erfährt. Fragen Sie Schlüsselpersonen nach ihrer Meinung. Je mehr Sie dabei auf der zuhörenden Seite sind, umso besser. Zweck des Gesprächs: Sammeln von Verbesserungsvorschlägen, die Sie danach einarbeiten. Sie reduzieren das Risiko späterer "Heckenschützen".

## 8 Weg in das Gedächtnis

Die Wahrnehmungsart beeinflusst das Erinnern. Beim Lesen von Produkt-Vorteilen bleiben nur circa zehn Prozent der Informationen haften. Wenn man den Kunden selber über mögliche Produktvorteile sprechen lässt, ist das siebenmal so effektiv. Wenn ein Arzt Produktvorteile bei seinen eigenen Patienten selber beobachtet, ist das neunmal so effektiv. Handlungsorientiertes Lernen ist immer am erfolgreichsten! So ist verständlich, warum Phase-IV-Studien oder Anwendungsbeobachtungen einen so großen Einfluss auf das Verschreibungs-Verhalten haben.

# 9 Soll-Ist-Vergleich

Verzögerungen torpedieren den Projekterfolg: Das Nichteinhalten von Fristen ist eine der häufigsten Ursachen von Misserfolgen. Sorgen Sie dafür, dass die Termine Ihrer Projekte eingehalten werden. Machen Sie Ihrer Umwelt immer wieder klar, bis wann welche Aktionen erledigt sein müssen. Belohnen Sie diejenigen, die Fristen einhalten und entsprechend umgekehrt.

# 10 Engagement stärken

Erfolgreiche Projektarbeit besteht im Wesentlichen darin, alle Beteiligten ("stakeholders") zu motivieren und zu begeistern. Leider legen die meisten Projektmanagement-Bücher zu weniq Wert auf diese Erkenntnis. Erfolgreiche Marketingmanager sind meist schamlose Enthusiasten. Sie verteilen großzügig Lob und Anerkennung, sei es in persönlichen Gesprächen, Telefonaten oder E-Mails. Binden Sie alle relevanten Personen ein, indem Sie dem Einzelnen aufzeigen, warum sein Beitrag so wichtig ist ("Ich zähle auf Sie"). Teamfördernde preiswerte Aktionen sind z. B. Auszeichnungen, Kaffee und Kuchen, gemeinsame Abendessen oder symbolische Belohnungen.

## **Ende dieser Serie**



Serienautor:
Dr. med. Günter Umbach
Managing Director von
Umbach + Partner
Kontakt:
umbach@umbach
partner.com
Weitere Infos:
www. umbachpartner.com