

# MARKETING & PREISGESTALTUNG



## DEFINITION DER ZIELGRUPPE

Segmentierungsstrategie:

- Geographische Segmentierung
- Demographische Segmentierung
- Psychographische Segmentierung
- Verhaltensbezogene Segmentierung

# MARKT- UND UNTERNEHMENSANALYSE

Analyse des Mitbewerbs:

- Stärken/Schwächen
- Zielgruppe
- Preispolitik

# MARKT- UND UNTERNEHMENSANALYSE

## SWOT-Analyse

S – Strength (Stärken)	W – Weakness (Schwächen)
O – Opportunities (Chancen)	T-Threats (Risiken)

## DEFINITION DER UNTERNEHMENSZIELE

SMART-Formel:

**S**pezifisch → Ziele müssen eindeutig definiert sein

**M**essbar → Ziele müssen messbar sein

**A**traktiv → Ziele sollten ansprechend, erstrebenswert sein

**R**ealistisch → Ziele sollten möglich, realisierbar sein

**T**erminiert → Ziele sollten mit einem fixen Datum festgelegt werden

## MARKETING-MIX - LEISTUNGSPOLITIK

### Unternehmensname

- Unterscheidbarkeit
- Relevanz
- Einprägsamkeit
- Flexibilität

## MARKETING-MIX - LEISTUNGSPOLITIK

### Corporate Identity

- Unternehmenspersönlichkeit & Wiedererkennungswert

### Corporate Design

- Einheitliches Erscheinungsbild in der gesamten Kommunikation



# MARKETING-MIX - LEISTUNGSPOLITIK

## Das Logo

- Soll authentisch sein
- Sympathisch wirken
- Einzigartig und unverwechselbar
- Einfach gestaltet
- Ästhetisch ansprechend
- Auch schwarz/weiß

## MARKETING-MIX - LEISTUNGSPOLITIK

### Das Logo

- Mindestfläche 25 x 25 mm
- Diversen Reproduktionstechniken entsprechen
- Überlege wo du dein Logo einsetzen möchtest

## MARKETING-MIX - LEISTUNGSPOLITIK

Leistungsumfang:

- Herausragenden Leistungsmerkmale ausarbeiten
- Leistungsumfang > „Core Service“ & „Value Added Services

## MARKETING-MIX - LEISTUNGSPOLITIK

Core Services im deutschsprachigen  
Raum:

- Erstgespräch
- Locationrecherche
- Beratungsstunden
- Betreuung am Hochzeitstag
- Organisation von Teilbereichen

## MARKETING-MIX - LEISTUNGSPOLITIK

Leistungsqualität:

- Standards definieren z.B.
  - ✓ Reaktionszeit
  - ✓ Kommunikationskanäle
  - ✓ Umfang der Leistungspakete
  - ✓ Zertifizierungen
  - ✓ Awards

## MARKETING-MIX - KONTRAHIERUNGSPOLITIK

Verrechnungsmodelle:

- Prozentsatz vom Gesamtbudget
- Provisionsbasis
- Stundenabrechnung nach Arbeitsaufwand
- Fixbetrag

# MARKETING-MIX - KONTRAHIERUNGSPOLITIK

Faktoren der Preisstrategie:

 Kundennutzen

 Kosten

 Wettbewerb

# MARKETING-MIX - KONTRAHIERUNGSPOLITIK

Spezielle Preisstrategie:

 Preisdifferenzierung

 Preisbündelung

 Rabatte



# MARKETING-MIX - KONTRAHIERUNGSPOLITIK

Zahlungsbedingungen:

-  Im Vertrag bzw. AGBs festlegen
-  Evtl. Teilzahlungen anbieten

## MARKETING-MIX - DISTRIBUTIONSPOLITIK

Lieferbedingungen

- z.B. in Form von Checklisten

Standortpolitik:

- Langfristige Unternehmensentscheidung

# MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Relevante Kommunikationspolitik:

- Werbung
- Public Relations
- Netzwerken
- Sonstige Instrumente (Online-Marketing)

# MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Kommunikationspolitik:

- 🎯 Definition der Werbeziele
- 🎯 Definition des Werbebudgets

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

- Konzeptionierung der Werbebotschaft
  - ✓ **A**ttention – Aufmerksamkeit erregen
  - ✓ **I**nterest – Interesse wecken
  - ✓ **D**esire – der Wunsch nach deiner Leistung wird ausgelöst
  - ✓ **A**ction – das Brautpaar bucht dich als Wedding Planner

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

- Auswahl der Werbemittel- und Werbeträger
- Beurteilung des Werbeerfolgs

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

### Public Relations:

- Pressebeziehungen
- Interessensvertretung
- Trends veröffentlichen

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Netzwerke nützen:

- Hochzeitsmessen
- Branchennetzwerke & -Events
- Styled Shoots



## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Richtig netzwerken:

- Angebot für Netzwerkpartner
- Aufbereitung des Angebots
- Wow-Effekt

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Kooperationsmarketing:

- „Reinform“ des Netzwerkes
- Win-Win Situation für alle Beteiligten
- Nach Ende Ergebnisse messen

# MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Instrumente des Online-Marketings:

- ↻ Online Werbung – z.B. Bannerwerbung
- ↻ Search Engine Marketing
- ↻ Affiliate Marketing
- ↻ Video Marketing
- ↻ Social Media Marketing

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Social Media - Facebook:  
mögliche Zielgruppensteuerung durch:

- Standort
- Alter
- Sprache
- Detailliertes Targeting
- Verbindungen
- Tagesbudget
- Zeitplan
- Werbezeitplan

# MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Social Media - Instagram  
Profil erstellen:

- Nutzername
- Öffentliches Profil
- Namensfeld
- Kurzbiografie

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Social Media - Instagram

Posts erstellen:

- Verwende Standort-Tags
- Inhalt mit Bezug zu Nutzern
- Individuell anpassen mit Filter, Tags, Hashtags
- Hochwertige Fotos & Verlinkungen
- Call to Action-Link

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Social Media - Instagram  
Stories erstellen:

- Kurzlebig
- Nicht so hochwertig
- Können nicht mit  
Kommentaren versehen  
werden

## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Social Media - Instagram

Hashtags #:

- 15 # pro Post
  - 5x Marke
  - 5x allgemein
  - 5x unbekannt



## MARKETING-MIX - KOMMUNIKATIONSPOLITIK

### Social Media - Pinterest

- Verwendung für Marketing & tägliche Arbeit
- Eigene Pins erstellen oder repinnen
- Boards/Pinnwände nach Themen gestalten