



# IFJ-Checkliste: Ideen für Marketingmassnahmen

ja	nein	prüfen
sehr wichtig	unwichtig	weniger wichtig

## 1. Teilmix Produktverwender

### 1.1 Produktemix

- Differenziertes Angebot (good, better, best)
- Design-Linien (modern, konservativ, einfach)
- Qualitätsdifferenzen zur Konkurrenz
- Einsatz spezifischer Materialien (ökologische Materialien etc.)
- «Markenbezeichnungen» für bestimmte Angebote
- etc.

### 1.2 Zusatzleistungen

- Qualitätsgarantien
- Garantierte Lieferfristen
- Garantierte Lieferbereitschaft
- Ausbildung und Instruktion von Mitarbeitern der Marktpartner
- Beratungssupport resp. technischer Verkaufssupport
- QS-Zertifikat
- Geld-zurück-Garantie
- Mithilfe bei der Finanzierung
- Übernahme von Planungsarbeiten
- etc.

### 1.3 Preise und Konditionen

- Stundenansatz/Tagesansatz
- Preisdifferenz im Vergleich zum wichtigsten Konkurrenten
- Preisliste inkl. Mengenrabatte

ja	nein	prüfen
sehr wichtig	unwichtig	weniger wichtig

- Jahresboni
- Skonti
- Mengenrabatt
- «Lockvogel-Preise» für bestimmte Produkte
- etc.

#### 1.4 Werbung

- Inserate Fachpresse
- Inserate Tageszeitungen
- Mailing für neue Produkte
- Firmenportraet
- Homepage Internet
- Plakate/Aushang an schwarzen Brettern
- Radiospots
- Flugblätter
- etc.

#### 1.5 Verkaufsförderung

- Messeteilnahme
- Produkteprospekt
- Mailing für Aktionen (Einführungspreise)
- Mailing zur Vorbereitung von Besuchen
- Kundenevents, Kundenseminare
- Muster
- Kunden-News, Kunden-Journal
- Wettbewerb
- Gutscheine (z.B. Aktionen 11 für 10, Bon für Gratisanalyse etc.)
- Eröffnungsapéro
- Besuche mit Kunden bei Produzenten
- Einführungsaktionen
- Kundengeschenke
- etc.

#### 1.6 Verkauf

- Differenzierte, persönliche Kontakte mit bestehenden und potenziellen Kunden
- Aktiver telefonischer Verkauf
- Präsentationen in Grossbetrieben

ja	nein	prüfen
sehr wichtig	unwichtig	weniger wichtig

- Attraktive Offerten
- Zeigebuch
- Präsentationsfolien
- etc.

#### 1.7 Produkte-PR

- Selbstverfasste Artikel in der Fachpresse
- Selbstverfasste Artikel in den Tageszeitungen
- Tag der offenen Türe
- Vorträge
- Sponsoring von Vereinen und Anlässen
- etc.

#### 1.8 Distribution

- Persönliche Auslieferung
- Post als Transportmedium
- Outsourcing der Distribution an Spezialisten
- Lieferrhythmus (z.B. wöchentlich)
- Lieferbereitschaft auf Standardsortiment und Spezialsortiment
- etc.

#### 1.9 Marktforschung

- Gespräche mit Branchenkennern
- Jährliche Kundenzufriedenheitsanalysen
- Zeitungsausschnittsdienst über Konkurrenz
- Ankauf von regelmässig durchgeführten Branchenmarktforschungen
- Einsatz von Studenten
- etc.

### 2. Teilmix externe Beeinflusser

#### 2.1 Produkte-Mix

- Spezialverpackungseinheiten für Besuche
- etc.

ja	nein	prüfen
sehr wichtig	unwichtig	weniger wichtig

## 2.2 Zusatzleistungen

- Informationen über Trends und Neuerungen in der Branche
- Übernahme von Planungsarbeiten
- Beratungsbeihilfe bei Kunden des Beeinflussers
- etc.

## 2.3 Preise/Konditionen

- Provisionen für vermittelte Geschäfte
- Spezialpreise für Muster/kostenlose Muster

## 2.4 Werbung

- Inserate Fachpresse der Beeinflusser
- Mailings über neue Produkte
- Spezialanlässe für externe Beeinflusser
- etc.

## 2.5 Verkaufsförderung

- Firmennews
- Einladungen an Messen
- Produkteprospekt
- Spezialereignisse für externe Beeinflusser
- Eröffnungsapéros
- Postkarte aus den Ferien
- etc.

## 2.6 Verkauf

- Persönliche Besuche bei wichtigen Beeinflussern
- Telefonische Bearbeitung wichtiger Beeinflusser
- Zeigebuch
- Präsentationsfolien
- etc.

ja	nein	prüfen
sehr wichtig	unwichtig	weniger wichtig

### 3. Teilmix Händler

#### 3.1 Produktemix

- Verpackungseinheiten für Händler
- Sortimentseinschränkungen für Händler (was wird geliefert, was nicht)
- etc.

#### 3.2 Zusatzleistungen

- Händler-Beratung
- Instruktion des Händler-Personals
- Hot-Line
- Kostenlose Beratung
- Konsignationsware
- etc.

#### 3.3 Preise/Konditionen

- Margen in % zu den Produktverwenderpreisen
- Spezialpreise für bestimmte Produkte
- Jahresbonusvereinbarungen
- Skonti
- Mengenrabatte
- Vertretungsexklusivität (regional, Branche etc.)
- Rahmenverträge
- QS-Zertifikat
- Ausbildung/Instruktion Mitarbeiter
- Garantierte Lieferfristen
- Garantierte Qualität
- Rücknahme-Garantie
- Händlerpreislisten
- Mengenrabatte
- Planungsrabatte
- etc.

ja	nein	prüfen
sehr wichtig	unwichtig	weniger wichtig

### 3.4 Werbung

- Information über Werbe- und Verkaufsförderungsaktivitäten bei den Produktverwendern
- Firmenportraet
- Homepage mit Bestellmöglichkeit
- etc.

### 3.5 Verkaufsförderung

- Messeteilnahme an Fachmessen
- Händler- oder Distributoren-Events
- Kundenjournale/News
- Spezialaktionen für neue oder bestehende Produkte
- Wettbewerbe für das Personal der Händler
- Spezial-Events für Händler
- Werbegeschenke
- etc.

### 3.6 Verkauf

- Differenzierte, persönliche Kontakte mit wichtigen und weniger wichtigen Händlern
- Telefonischer Verkauf
- Präsentationen bei grossen Händlern
- Attraktive Offerten
- Zeigebuch
- Präsentationsfolien
- etc.

### 3.7 Produkte-PR

- Sponsoring von Anlässen von Händlerverbänden
- Vorträge in Händlerverbänden
- etc.

<b>ja</b>	<b>nein</b>	<b>prüfen</b>
sehr wichtig	unwichtig	weniger wichtig

### 3.8 Physische Distribution

- Lieferbereitschaft für Standardprodukte
- Lieferbereitschaft für Spezialprodukte
- Belieferungsrhythmus
- Lagerhaltung für den Händler
- etc.