

## Fragen zu Ihrer Marketingstrategie

### Ihre IST-Situation

Welche Leistungen und/oder Produkte bieten Sie an?  
Was ist dabei Ihre eigentliche Kernkompetenz?  
Welche externen und internen Abhängigkeiten bestehen?  
Welche Unternehmen stellen den wichtigsten Mitbewerb dar?

### Ihre Stärken

Wo liegen Ihre besonderen Stärken?  
Wo sind Sie besser als der Mitbewerb?  
Wo sind Sie schlechter als der Mitbewerb?  
Mit welcher Ihrer Leistung bieten Sie den größten Nutzen an?  
Und wie sieht das Ihr Kunde? (Eigen- und Fremdbild: Kundenbefragung)

### Ihr Stärkenausbau

Welche Potenziale und Marktnischen gibt es aufgrund Ihrer Stärken?  
Welche Geschäftsfelder können aufgrund Ihrer Stärken zusätzlich oder besser als beim Mitbewerb angeboten werden?  
Welcher zusätzliche Nutzen ergibt sich daraus für Ihre Kunden?

### Ihre Zielgruppen

Welche Zielgruppen bedienen Sie bisher?  
Welche dieser Zielgruppen haben gleiche oder ähnliche Bedürfnisse?  
Welche dieser Zielgruppen ist die Lohnendste?  
Bei welcher dieser Zielgruppen besteht die höchste Anziehungskraft?  
Welche dieser Zielgruppen werden auch in Zukunft noch Interesse an Ihrer Leistung haben?

### Ihre Teil- und Köderzielgruppen

Welche Teilzielgruppen lassen sich aus den bestehenden Zielgruppen ableiten?  
Gibt es Köderzielgruppen, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen?

Tipp:  
impetus-Ideenkonzepte!

### Ihre Problemlösungskompetenz

Wo liegen die größten materiellen Probleme Ihrer Zielgruppe?  
Wo liegen die größten immateriellen Probleme Ihrer Zielgruppe?  
Worin bestehen die größten Ziele und Wünsche Ihrer Zielgruppe?  
Welche Kunden haben Sie in der Vergangenheit dazugewonnen und warum?  
Welche Kunden haben Sie in der Vergangenheit verloren und warum?

### Ihre Innovationen



[www.agenturimpetus.at](http://www.agenturimpetus.at)

eingang  
corporate books + magazines  
publishing know-how + howto  
darüberhinaus  
anschauen  
tipps nachlesen  
kontakt  
impressum

ausdruck, datum: 2/2, 16122019

hauptmenü: **darüberhinaus**

untermenü: **pickerl-fragen**

Welche Probleme Ihrer Kunden können Sie durch welche Innovationen lösen?  
Welche Hindernisse bestehen hinsichtlich der Umsetzung bei diesen Innovationen?  
Mit welchen Serviceleistungen könnten Sie noch verblüffen?  
Welche virtuelle Positionierungsschiene verspricht den größten Erfolg?  
Wodurch könnte diese abgelehnt werden?  
Wann würde sie von Ihrer Zielgruppe auf jeden Fall als glaubwürdig angenommen werden?

### Ihre **K**ooperationspartner

Welche Probleme Ihrer Kunden können auch Kooperationspartner lösen?  
Welche Leistungen erwarten Sie von einem Kooperationspartner?  
Welche Vorteile hat der Partner von der Kooperation?  
Was ist das gemeinsame Ziel?  
Wie soll die Zusammenarbeit kommuniziert werden?

### Ihr **U**nternehmensziel

Nicht umsatz-, sondern nutzenorientiert:  
Welches konstante Bedürfnis wollen Sie für Ihre Zielgruppe lösen?

Tipp:  
impetus-Ideenkonzepte!