

Unternehmensgründung

→ Idee (selber / Franchise / Nachfolgebörse)

→ Wille (persönliche Bereitschaft)

→ gewerbliche Voraussetzung

→ unbedingt zur Wirtschaftskammer
(unterstützt bei Gründung)

freies Gewerbe:

→ Volljährigkeit

→ Staatsbürgerschaft

→ keine Ausschlussgründe (Haftstrafen)

reglementiertes Gewerbe

+ Befähigungsnachweis (z.B.: Meisterprüfung, Uni, ...)
↳ Wirtschaftskammer nachfragen

+ Zuverlässigsprüfung

↳ Bescheinigung des Vertrauens deiner
Kompetenz und Vergangenheit
(Sicherheit, Vorstrafen, ...)

Vorteile:

→ selbst verdienen

→ frei einteilen (Selbstverwirklichung)

Nachteile:

→ Haftung / Verantwortung

→ variables Einkommen / wirtschaftliche Abhängigkeit

→ viel Zeit

Unternehmensübernahme

- ↳ nachfolgebörse.at
- ↳ www.franchisebörse.at (eher Gründung)
- ↳ www.komma-net.de

→ neue Buchhaltung

Vorteile:

- Bürokratie ersparen / existierende Verwaltung
- existierender Kundenstamm / Name d. Unternehmen (Ruf)
- billiger als Neuanfang (Gründung)

Nachteile:

- möglicherweise schlechte Reputation
- fester Aufbau / Struktur
- Prozessänderung meist unerwünscht (traditionelles Denken)
"Das hamma imma schon so gemacht"
- veraltete Ressourcen
- Mängel und Lasten

USP: Unique Selling Proposition

- ↳ UHU, Tixo, Nutella

innovatives Marketing:

- Aufmerksame Stille, Schreien, Party, Eleganz, wiederholte Wörter, auch Shitstorm bringt manchmal Umsatz ein

Geschäfts-Idee:

- innovativ, von Konkurrenz abheben, langfristig rentable, klar und durchdacht Nutzen
- mit Bekannten reden, Informationen aus Branche einholen, Wirtschaftskammer fragen

→ mit Bekannten reden, Informationen aus Branchen einholen, Wirtschaftskammer fragen

→ Gründungszentren sehr empfehlenswert
(koskt allerdings)

UnternehmensgründerIn

→ Durchhaltevermögen, Einsatzbereitschaft, Kontaktfähigkeit, Entscheidungsfreude, Motivationsfähigkeit, Selbstkritikfähigkeit, Risikobereitschaft, nicht konfliktscheu

→ Fachwissen, Erfahrung, kaufmännisches Basiswissen

→ Familie muss zustimmen und Entscheidungen unterstützen

→ Einzelunternehmen: Urlaub / Krankenstand → Stillstand

→ Partner: Arbeitsaufteilung, leichte Kapitalaufbringung, schnelles Wachstum

kein Partner: Entscheidungsfreiheit, keine Haftung für Partner, schnelle Entscheidung

Businessplan

→ Ziel, Erwartungen, Unterschied zu Konkurrenz

→ alles wichtige enthalten, was Leser interessiert / wissen muss

→ ca. 15-20 Seiten

→ erste 2 Seiten Executive Summary: Zusammenfassung

→ Leser wird Entscheidungen treffen → kurze Zusammenfassung wichtig

→ verschiedene Inhalte für Zielgruppen

→ Executive Summary

→ Gründerprofil (Führer, Organigramme) → Erfahrungen, Lebenslauf + Business angel haben

→ Produkt - / Dienstleistungen

→ Branchen, Markt, Wettbewerb → vorher damit auseinandersetzen

- Branchen, Markt, Wettbewerb → vorher damit auseinandersetzen
 - ↳ Konkurrenten kennen, damit selbst besser machen
- Marketing
- Management → Schlüsselpersonen (Businessangelp)
- Umsetzungsfallplan: Mailenplan (neue Unternehmen)
- Chancen und Risiken
- Finanzplanung: Wie viel Geld hab ich? Wann geb ich wie viel aus / nehme ein?

Businessangelp:

- Geldgeber, welcher in rentable Unternehmen investiert
- Hilfe durch wirtschaftliche Erfahrung, Connections
- Haftungsfrage

Marketing

Montag, 9. Oktober 2023 08:57

Marketing

Produkte/Dienstleist. für Kunden präsentieren

+ Denkhaltung, welche ganzes Unternehmen leitet

Marktforschung

→ Untersuchung der Nachfrage / Angebot

→ Produkttestung / Analyse

→ Sind wir auf dem richtigen Weg?

Marketingziele

→ welche Ziele gibt's?

→ wo wollen wir hin?

Strategien

→ Wie kommt man ans Ziel?

Ziele

ökonomisch (primär)

↳ Umsatz

↳ Marktanteil

↳ relativ: MA im Vergleich zum stärksten Mitbewerber
(tut am meistens nach)

↳ absolut: MA im Vergleich zu allen Mitbewerber

↳ Deckungsbeitrag

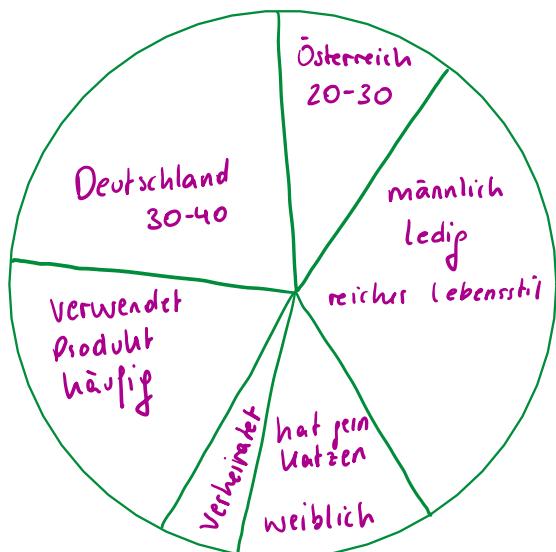
↳ Erlöse - variable Kosten

↳ Fixkosten gedeckt

psychologische Ziele

- ↳ Bekanntheitsgrad
- ↳ Image
- ↳ Kundenzufriedenheit
- ↳ Markentreue d. Kunden

Segmentierung



mögliche Einteilung:
geografisch
demografisch
psychografisch
verhaltensbezogen

Konzentriertes Marketing:

für mehrere Segmente einzelnes Marketing (meistens verwendet)

Differenzierteres Marketing:

für jedes Segment einzelnes Marketing

Undifferenzierter Marketing:

eine Marketingstrategie

USP - Unique Selling Proposition

↳ einzigartiger Verkaufsvoorteil

Marketinginstrumente (4Ps / 7Ps)

Marketinginstrumente (4Ps / 7Ps)
Produkt- und Sortimentspolitik (Product)

- Was kann das Produkt?
- Kann man eine Produktgruppierung (Handy + Kölle) vermarkten?

Kontrahierungspolitik (Preis und Konditionen) (Price)

- Wie viel kostet das Produkt?
- Welche Zahlungsbedingungen (Skonto, Rabatt,...) können wir anbieten?

Distributionspolitik (Place)

- Wie kommt die Ware von mir zum Kunden?

Kommunikationspolitik (Promotion)

- Wie werden Informationen vom Unternehmen zum Kunden ausgetauscht?

Personalpolitik (People)

- Dienstleistungen anhand des Personals bewerten

Prozessmanagement (Process)

- Dienstleistungen erlebbar, Prozesse kundenorientiert gestalten

Ausstattungspolitik (Physical Evidence)

- Optimierung der physischen Umgebung

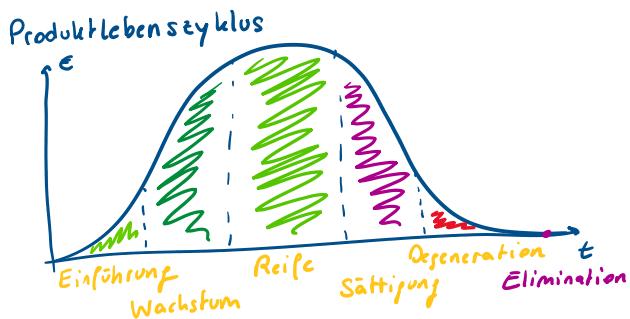
alles zusammen:

 MARKETING MIX

Gestaltungselemente eines Produktes

- Design
 - technische Eigenschaften
 - Verpackung
 - Qualitätsmerkmale
 - Garantie
 - Sortimentseinbindung
 - Image
 - Service

Gewährleistung	Garantie
<ul style="list-style-type: none"> → gesetzlich vorgeschrieben → 2y bei bewegl. Sachen → 3y bei unbew. Sachen → deckt Mängel, die zum Zeitpunkt des Kaufes bereits vorhanden waren 	<ul style="list-style-type: none"> → freiwillig vom Verkäufer → deckt Mängel, welche nach dem Erwerb entstanden sind



Marktforschungsmethoden

Samstag, 21. Oktober 2023 11:55

→ Primärdaten erheben

→ oder vorhandene Daten (Sekundärdaten) verwenden

→ Desk Research / sekundäre Marktforschung

Sammlung & Aufbereitung vorhandener Daten

→ Informationsanalyse aus Kundendaten

→ Analyse Konkurrenz / Prospekte / Rekrutierungen

→ Internet (Interpretationsspielraum)

→ interne / externe Daten unterscheiden

→ Field Research / Primäre Marktforschung

Informationen direkt am Markt erheben

→ Beobachtung / Befragung

→ Experiment / Test

→ Befragung schriftlich:

meist wenig Freiwillige

Statistik Austria hat teils Ausfüllspflicht

→ Befragung mündlich:

persönlich / per Telefon

meist erfolgreicher

meist erfolgreicher
allerdings teils Verfälschungen

- persönliche Beobachtung
- apparative Beobachtung
(Kundenweg mit Cams aufgezeichnet)
- online Beobachtung
- Feldexperiment: natürliche Bedingungen (Probanden wissen nix von Test)
- Laborexperiment: künstliche Bedingungen

Marketing

Produkte/Dienstleist. für Kunden präsentieren

+ Denkhaltung, welche ganzes Unternehmen leitet

Marktforschung

- Untersuchung der Nachfrage / Angebot
- Produkttestung / Analyse
- Sind wir auf dem richtigen Weg?

Marketingziele

- welche Ziele gibt's?
- wo wollen wir hin?

Strategien

- Wie kommt man ans Ziel?

Ziele

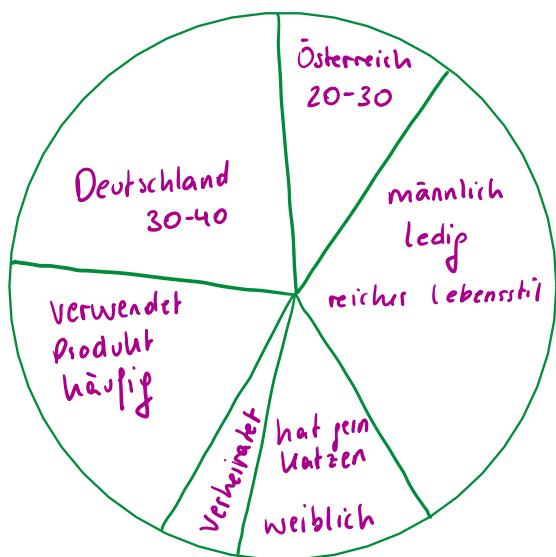
ökonomisch (primär)

- ↳ Umsatz
- ↳ Marktanteil
 - ↳ relativ: MA im Vergleich zum stärksten Mitbewerber
(tut am meistens nach)
 - ↳ absolut: MA im Vergleich zu allen Mitbewerber
- ↳ Deckungsbeitrag
 - ↳ Erlöse - variable Kosten
 - ↳ Fixkosten gedeckt

psychologische Ziele

- ↳ Bekanntheitsgrad
- ↳ Image
- ↳ Kundenzufriedenheit
- ↳ Markentreue d. Kunden

Segmentierung



mögliche Einteilung:
geografisch
demografisch
psychografisch
verhaltensbezogen

Konzentriertes Marketing:

für mehrere Segmente einzelnes Marketing (meistens verwendet)

Differenzierter Marketing:

für jedes Segment einzelnes Marketing

Undifferenzierter Marketing:

eine Marketingstrategie

USP - Unique Selling Proposition

↳ einzigartiger Verkaufsvoorteil

Marketinginstrumente (4Ps / 7Ps)

Marketinginstrumente (4Ps / 7Ps)

Produkt- und Sortimentspolitik (Product)

- Was kann das Produkt?
- Kann man eine Produktgruppierung (Handy + Kölle) vermarkten?

Kontrahierungspolitik (Preis und Konditionen) (Price)

- Wie viel kostet das Produkt?
- Welche Zahlungsbedingungen (Skonto, Rabatt,...) können wir anbieten?

Distributionspolitik (Place)

- Wie kommt die Ware von mir zum Kunden?

Kommunikationspolitik (Promotion)

- Wie werden Informationen vom Unternehmen zum Kunden ausgetauscht?

Personalpolitik (People)

- Dienstleistungen anhand des Personals bewerten

Prozessmanagement (Process)

- Dienstleistungen erlebbar, Prozesse kundenorientiert gestalten

Ausstattungspolitik (Physical Evidence)

- Optimierung der physischen Umgebung

alles zusammen:



Gestaltungselemente eines Produktes

- Design
 - technische Eigenschaften
 - Verpackung
 - Qualitätsmerkmale
 - Garantie
 - Sortimentseinbindung
 - Image
 - Service

