

Mein Marketing Betrieb

Philipp Müller - IAP 15B



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Management Summary	3
Mein Vorgehen	4
Ausgangslage ProIT	4
Definition Zielgruppe	5
Beschreibung Bindeglied	5
Detail Bindeglied	6
Reflexion	8
Quellen	8
Eigenständigkeitserklärung	8

Management Summary

In diesem Dokument wird auf den Umgang und auf die Umsetzung von Marketing in meiner Lehrfirma, der ProIT Informatik AG eingegangen.

Die ProIT Informatik AG ist ein Kleinunternehmen mit 10 Mitarbeitern, davon 2 Auszubildende, mit Sitz in MuttENZ Freidorf.

Wir haben die verschiedensten Zielgruppen, vom KMU bis hin zu Grossfirmen sowie Bundesämter oder NGOs und NPOs. Wir decken die ganze Schweiz ab, vorwiegend aber die deutschsprachige Schweiz, sowie Deutschland.

Marketing wird auf diversen Wegen betrieben, von Social Media über Webseiten bis hin zum Sponsoring. Von diesen "Wegen des Marketing" habe ich mir 6 Stück ausgesucht.

Zunächst werde ich die 5 Themen, Webseite, Newsletter, Events, Partner und Bestehende Kunden kurz beschreiben. All diese Wege sorgen dafür, dass die Firma bekannter gemacht wird. Vieles verläuft heute Digital, aus diesem Grund ist Marketing, das über Webseiten läuft eine immer grösser werdende Sache. Marketing wird nicht nur auf unserer eigenen Webseite, sondern auch auf denen von unseren Partnern betrieben. Aktives Marketing wird bei uns auch in Form eines regelmässig verschickten Newsletters gemacht. Abonnenten dieses Newsletters erhalten in regelmässigen Abständen einen Newsletter per Mail, in denen die aktuellsten Neuigkeiten, bevorstehende Events oder auch neue Mitarbeiter bekannt gemacht werden.

Danach werde ich noch ein wenig detaillierter, auf das Thema Social Media eingehen. Ich werde auf die Unterschiede von Sozialen Medien Gruppen eingehen.

Facebook, Twitter und Instagram gelten eher als persönlichere Soziale Medien, auf denen nicht nur seriöse und professionelle Artikel geteilt werden müssen, sondern auch Bilder von Teamevents wie das interne, wöchentliche Teamkochen oder Bilder von unseren Bürohunden geteilt werden.

Soziale Medien wie Xing oder LinkedIn gelten dabei eher als professionellere Soziale Medien, auf diesen wird die Firma in einem anderen Licht präsentiert. Die Firma wird für potentielle Kunden, neue Geschäftspartner oder Bewerber professionell präsentiert.

Am Ende des Dokumentes werde ich noch eine kurze Reflexion dieser ganzen Arbeit aufzeigen, was mir gut gelungen ist und mit was ich zunächst noch Schwierigkeiten hatte. Danach zeige ich noch meine Quellen auf, die ich für die Bearbeitung und Erledigung dieses Auftrages benötigt habe.

Mein Vorgehen

- Zuerst lese ich den Auftrag sorgfältig und genau durch. Entsprechende Unklarheiten Versuche ich sofort zu klären.
- Ich fasse für mich die Anforderungen zusammen.
- Ich vereinbare einen Termin mit dem Marketingverantwortlichen, Jan Schleuniger in unserem Büro.
- Nachdem dieser Termin steht, konkretisiere ich Fragen, die ich an Jan Schleuniger stellen möchte. Zusätzlich konnte ich ihm bereits im Voraus den gesamten Auftrag zukommen lassen, damit er sich bereits Gedanken machen konnte.
- Während der Sitzung mit Jan Schleuniger stelle ich die Fragen, die ich im Vorhinein aufgeschrieben habe.
- Nach der Sitzung gehe ich noch einmal alle Notizen und Infos die ich von ihm erhalten habe durch.
- Ich sammle weitere Informationen von unserer Webseite und unserem Leitbild.
- Ich nutze die gesammelten Informationen und beginne mit meinem Dokument

Ausgangslage ProIT

Die ProIT Informatik AG ist ein KMU mit 10 Mitarbeitern, davon 2 Auszubildende. Wir befinden uns in Muttens Freidorf 151. Wir sind ein unabhängiges, Inhabergeführtes Unternehmen mit flachen Hierarchien.

Wir vertreiben einerseits die Produkte unserer zwei Partnerfirmen, Cobra und Comatic, andererseits entwickeln wir individuelle Kundenlösungen. Unter unseren Kunden finden sich zahlreiche namhafte Firmen der Schweiz, wie zum Beispiel Kambly SA, Jost Transport AG, Würth AG, H. Schwarzenbach AG oder auch die Universität Basel.

In unserer Firma wird auf verschiedenste Weisen Marketing betrieben, auf der einen Seite betreiben wir Marketing auf den herkömmlichen bekannten Wegen wie mit Newslettern, Xing oder LinkedIn. Auf der anderen Seite betreiben wir als junges und dynamisches Team auch auf Sozialen Medien wie Twitter, Facebook oder auch Instagram aktiv Werbung und somit Marketing.

Ausserdem betreiben wir auch über unsere, und den Webseiten von einigen Partnern, Werbung.

Meines Erachtens haben wir einen gefestigten Stand, wenn es um Marketing geht. Vor allem auf den Sozialen Medien sind wir stark vertreten. Hier liegt das Augenmerk vor allem auf den regelmässigen Posts, es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht mindestens etwas gepostet wird. Auch die Unterscheidungen der "Professionellen" und "Persönlicheren" Sozialen Medien wie oben bereits schon einmal angesprochen, werden strikt eingehalten. So werden auf Facebook, Instagram und Twitter vor allem Posts über Stellenangebote für offene Stellen in unserer Firma, sonstige interessante Themen aus unserer Branche oder auch Bilder von unserem Teamkochen wie auch anderen Teamevents oder unseren Bürohunden geteilt. Kurz gesagt die Firma wird für jedermann attraktiv dargestellt und man versucht auf einer täglichen Basis mit seinen Followers in Kontakt zu bleiben.

Auf Plattformen wie LinkedIn und Xing wird die Firma für mögliche Bewerber, Neukunden

oder auch Geschäftspartner in einem Professionellen Licht vor- und dargestellt.

Eine gute Übersicht über die Zielgruppen und Bindeglieder erhält man durch ein MindMap, dass ich von unserem Marketingverantwortlichen Jan Schleuniger erhalten habe. Dieses MindMap habe ich am Ende des Dokumentes, auf der letzten Seite angehängt.

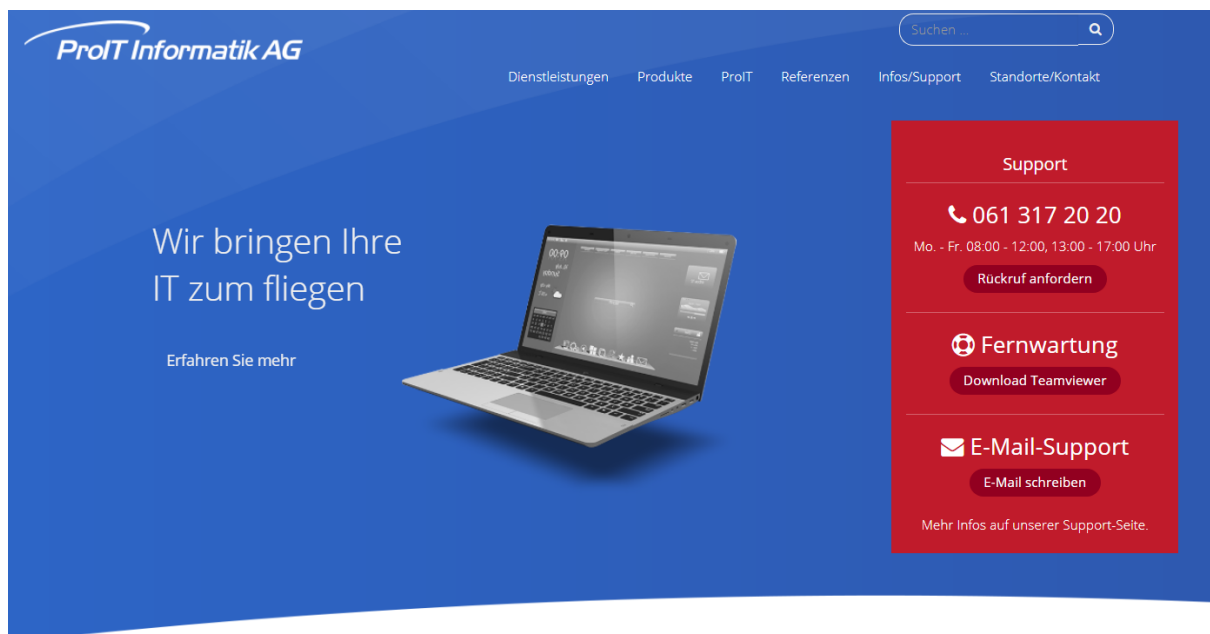
Definition Zielgruppe

- Ganze Schweiz, vorwiegend Deutschschweiz
- Deutschland
- KMU bis Grossunternehmen, Ämter/Bundesverwaltungen , Non profit organisations (NPO), Non government organisations (NGO)
- Industrie, Detail- und Grosshandel, Verwaltung, Marketing, Engineering etc.

Beschreibung Bindeglied

- Verschiedene Websites

Webseiten sind heute ein wichtiger Bestandteil des Marketings. Vieles geschieht Digital, aus diesem Grund ist es auch so wichtig, auf digitaler Ebene vertreten zu sein. Dies erlangen wir durch die Präsenz auf diversen Webseiten. Sei es auf der eigenen Webseite, oder auf einer Webseite eines Partners oder eines Kunden.



Screenshot unserer Webseite www.proitag.ch

- Newsletter

Es ist von grosser Wichtigkeit, auch mit bestehenden Kunden in regelmässigem Kontakt zu bleiben. Eine einfache Lösung dafür sind regelmässige Newsletter zu versenden. Es wird über aktuelle Themen, bevorstehende Events oder neue Mitarbeiter informiert. So haben bestehende Kunden, mit denen man kein

Tagesgeschäft mehr hat, doch noch immer einen Bezugspunkt zur Firma und durch die regelmässigen Vorstellungen neuer Produkte im Newsletter auch immer die Möglichkeit, seine bestehende Software einfach erweitern zu lassen.

- **Events**

Eine Möglichkeit in dieser Sparte des Marketings ist die Durchführung von eigenen Events wie z.B. Kundenevent am Lauberhornrennen. Es bietet die Möglichkeit, die wichtigsten Kunden zu einem speziellen Event ein zu laden um so dem Kunden zu zeigen, dass er der Firma wichtig ist.

Eine weitere Möglichkeit in dieser Sparte ist es, selbst an Events teilzunehmen. Zum Beispiel durch Referate oder durch Sponsoring.

- **Partner**

Ein wichtiger Punkt in der Branche ist es, zuverlässige und starke Partner zu haben. Partner wie zum Beispiel Ruhoff Informatik AG oder CS2 AG, bieten die Möglichkeit, das man gewisse Dienstleistungen abgeben kann und genau weiss, an wen man diese abgibt. Man weiss genau an welche Ansprechpersonen man sich wenden muss wenn man etwas spezifisches benötigt und kennt sich untereinander. Mit einem fremden Partner kann es dazu kommen, das solch eine Kommunikation schwierig zu handhaben ist und nicht immer funktioniert. Auch das gegenseitige Empfehlen ist immer auch ein wichtiger Punkt.

- **Bestehende Kunden**

Wohl jeder kennt den Begriff Mund-zu-Mund-Propaganda. Genau deswegen sind bestehende Kunden ein wichtiger Teil des Marketings. Ganz egal ob es eine gute Bewertung, eine gute Kundenrezension oder das direkte Empfehlen der Firma. Dies sind alles wichtige Komponenten, für die bestehenden Kunden notwendig sind. So kann aus einer Weiterempfehlung eines Kunden an einen anderen Kunden, in relativ kurzer Zeit ein neues Kundenprojekt oder ein Folgeprojekt entstehen.

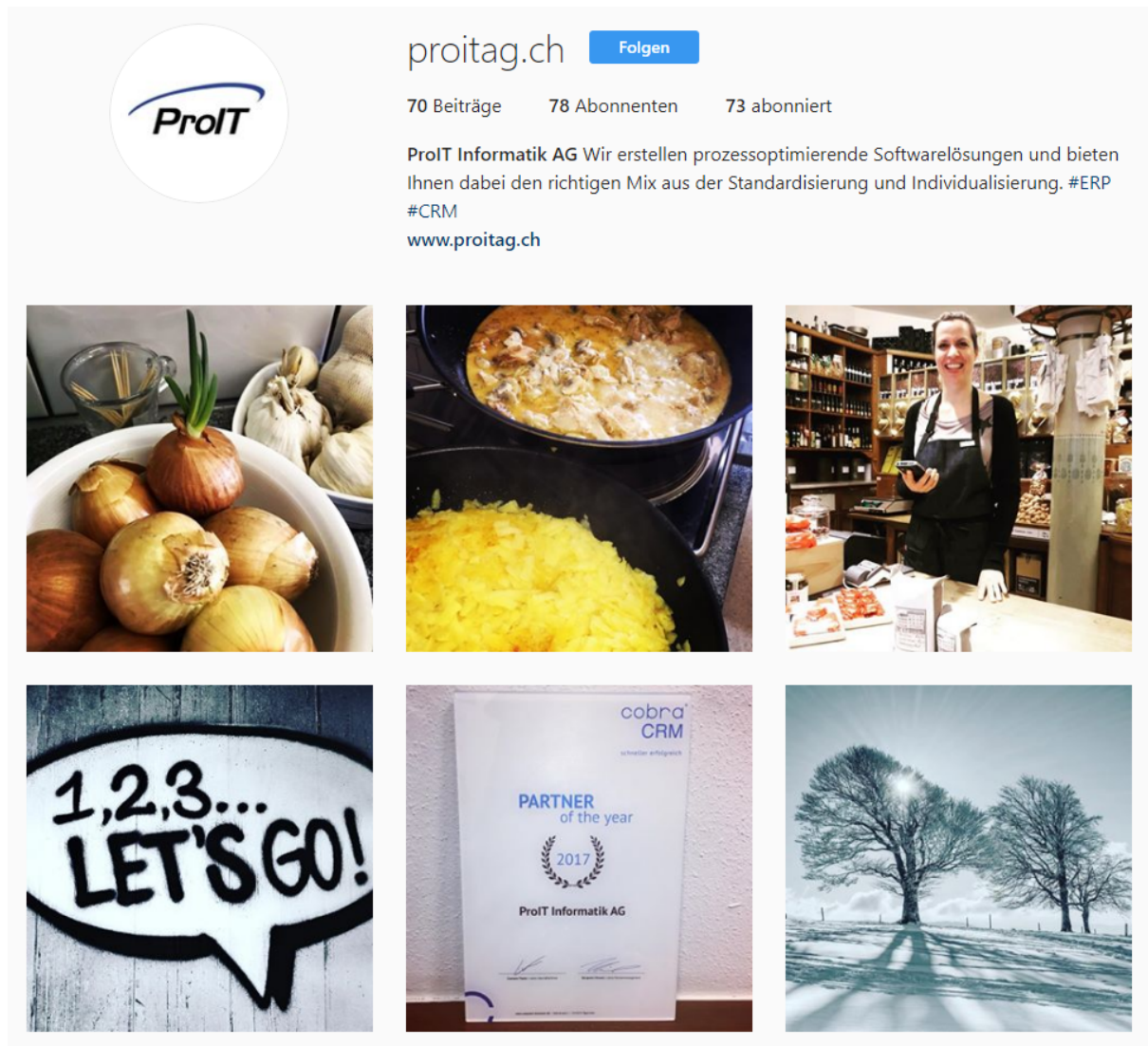
Detail Bindeglied

Heutzutage sind die sozialen Medien ein wichtiger Teil des Marketings. Wie schon beim Bindeglied "Webseite" erwähnt, ist der Digitale Auftritt der Firma essentiell wichtig. Dieses Bindeglied kann man in zwei Sparten unterscheiden. Auf der einen Seite befinden sich die "persönlicheren" Social Media Plattformen wie zum Beispiel Instagram, Facebook oder Twitter. Auf der anderen Seite sind die "professionelleren" Social Media Plattformen wie zum Beispiel Xing und LinkedIn.

Auf den persönlicheren Social Media Plattformen versucht man mit den Kunden in täglichem Kontakt zu bleiben, es als stetige Verbindung zwischen Firma und Follower zu nutzen. Es werden Bilder von verschiedenen Events wie zum Beispiel in unserer Firma vom wöchentlichen Teamkochen oder den Bürohunden geteilt. Man zeigt auf, dass in der Firma immer etwas los ist und die Mitarbeiter sowie Führungspositionen aktiv zusammenarbeiten

können.

Die zweite Sparte, die professionellen Social Media Plattformen dienen im Gegensatz dazu, um die Firma in einem professionellen Licht zu präsentieren und gegenüber von Interessenten wie Neukunden, Partnern oder zukünftigen Mitarbeitern, die Firma vor zu stellen.



Screenshot unseres Instagram Account

Reflexion

Ich denke mir ist die Arbeit gut gelungen, ich habe sehr viel Einsicht über das Vorgehen im Bereich Marketing in meiner Firma dazu gelernt. Dabei war mir die enge Zusammenarbeit mit unserem Marketingverantwortlichen Jan Schleuniger eine sehr grosse Hilfe. Durch ihn habe ich sehr tiefe Einblicke in die Strukturen unserer Firma und die Abläufe bei uns im Thema Marketing erhalten. So konnte ich mein bisheriges Wissen über meine Lehrfirma und über Marketing stark vertiefen und erweitern.

Wirklich grössere Schwierigkeiten hatte ich zum Glück bei der gesamten Arbeit nicht,

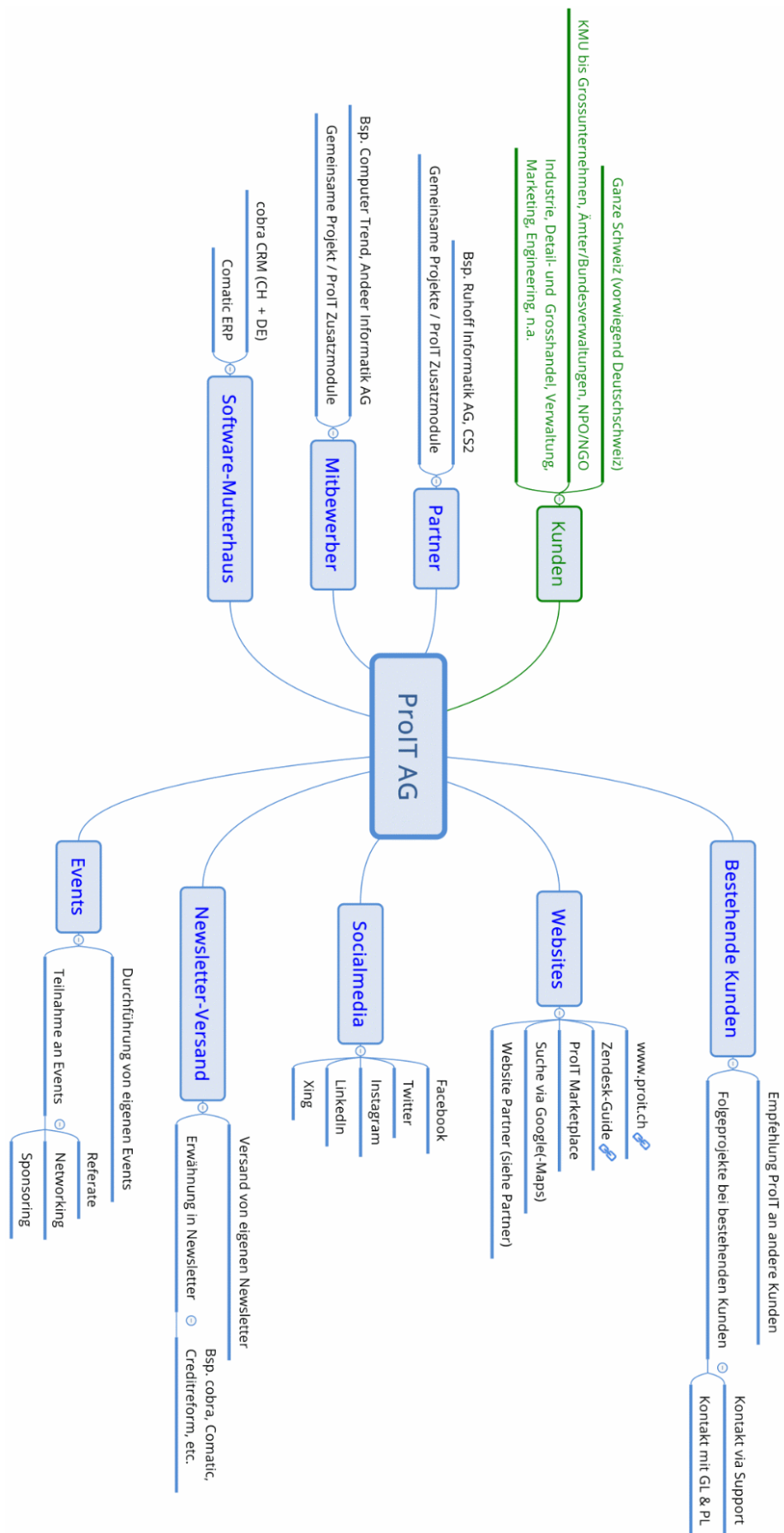
Anfangs hatte ich kleinere Schwierigkeiten mit dem Management Summary, da dieses anfangs immer relativ kurz ausfiel. Zum Ende hin hat aber auch das funktioniert. Ich konnte mein vordefiniertes Vorgehen gut einhalten, alle definierten und geplanten Termine wurden wie geplant eingehalten und wahrgenommen. Ich finde das meine Lehrfirma einen relativ guten Umgang mit dem Marketing. Wir sind auf vielen Kanälen vertreten um achten sehr darauf, dass wir einen regelmässigen Kontakt mit unseren Kunden haben.

Quellen

- <http://www.proitag.ch>
- <http://www.proitag.ch/index.php/proit/unser-leitbild>
- <https://www.instagram.com/proitag.ch/>
- Besprechung mit dem Marketingverantwortlichen Jan Schleuniger
- Verschiedene MindMaps die mir von Herr Schleuniger zur Verfügung gestellt wurden
- Mich selbst, Philipp Müller durch Selbsterfahrung die ich im Betrieb während meiner Lehrzeit bisher gesammelt habe

Eigenständigkeitserklärung

Ich habe die gesamte Arbeit selbst geschrieben.



MindMap von Jan Schleuniger zu Zielgruppen und Bindeglieder