

Ihr Marketing-Coach

Unternehmen müssen Gewinn erzielen, um eingegangene Risiken zu belohnen – und um gleichzeitig in die Zukunft zu investieren, also um neue Risiken eingehen zu können. Ohne Gewinn keine Zukunft. Intelligentes Marketing hat die Aufgabe, das Unternehmen auf die Bedürfnisse des Marktes auszurichten mit dem Ziel, auch langfristig eine angemessene Rendite zu sichern!

Marketing ist Chefsache. – Warum? Wer das unternehmerische Risiko trägt, muss den Markt kennen und bereit sein zu agieren (oder rechtzeitig zu intervenieren), muss die richtigen Fragen stellen (und darf sich nicht scheuen sie selber aufrichtig zu beantworten oder von Fachkräften ungeschminkt beantworten zu lassen), und muss entscheiden.

In grossen Unternehmen werden die eingeschlagenen Wege ganz gezielt durch externe Fachkräfte/Teams überprüft. – Warum? Trotz hoch qualifizierten Spezialisten ist Betriebsblindheit nie auszuschliessen; Marktkenntnisse sind nie umfassend und können, ja sollen durch externe Betrachtungsweisen eine Aufwertung erfahren.

Auch bei kleinen Unternehmen lohnt es sich, externes Marketing-Know-how gezielt einzusetzen. Viele Unternehmer, ob Mann oder Frau, sind „produktgetrieben“, setzen auf ein (ihr) Produkt, oder auf eine Technik die sie bestens beherrschen, oder auf eine Methode die sie einzigartig macht. – Sieht der Markt das auch so; sieht der Markt das auch weiterhin so? Wie können Sie sich als Unternehmen oder mit Ihren Produkten gegenüber den Mitbewerbern differenzieren, wie im Markt positionieren?

Sie fragen sich:

- Ist unser Produkt markttauglich; wessen Bedürfnisse befriedigt es wirklich? Wie kann es weiterentwickelt werden, damit es einem grösseren oder kaufkräftigeren Marktsegment konkreten Nutzen bringt; was wird wirklich verlangt und wie machen wir uns und unser Produkt einzigartig, ja unentbehrlich?
- Wie ist die Distribution zu verbessern; wie kommen wir direkt zur Kundschaft, oder wie kommt diese ohne Hindernisse zu uns und zu unseren Produkten?
- Ist die Preisgestaltung effektiv? Wir wissen: der Preis treibt den Gewinn; kennen wir die Preis-Potenziale und schöpfen wir sie auch tatsächlich ab?
- Kommunizieren wir wirkungsvoll; wie nimmt man uns wahr? Wecken wir Interesse; wer versteht uns, was wird verstanden? Ist eine Kampagne notwendig, an wen richten wir uns wie; nützt sie uns oder vielmehr den beauftragten Werbefachleuten?.. Stimmt die gewählte Strategie und ist sie kohärent mit unseren Produkten, unserem Unternehmensziel? Sind wir glaubwürdig?
- Dienstleistungen oder Services sollen Mehrwert schaffen, auch für unser Unternehmen. Welche Services bieten wir, wie ist deren Rentabilität und wie kann sie verbessert werden?

Mit seinen Marketing-Kenntnissen, seinem breiten Erfahrungshintergrund und seinem gesunden Menschenverstand ist [Daniel Louis Meili](#) vielleicht genau der richtige Partner und Coach den Sie brauchen. Ein Coach fordert – und fördert. Er ist Sparring-Partner, konstruktiver „Advocatus diaboli“ und unterstützt Sie dabei, die angestrebten Ziele zu erreichen.

Ein Coach ist immer auch ein Mensch. Die „Chemie“ unter Menschen muss stimmen, damit das Ergebnis stimmt. Also muss man sich zunächst einmal kennen lernen!

Es geht nicht um Schmusewolle und vollständige Harmonie, sondern um Vertrauen und Engagement. Es geht um wirkungsorientiertes Marketing mit Hilfe eines externen Experten. Schicken Sie eine e-Mail an welcome@meili.ch oder rufen Sie mich einfach an: Telefon 061 301 40 25.