



WETTBEWERB



Ist der Kampf um Marktanteile der richtige Weg zum Markterfolg? Kurzfristig ja, aber nur unter bestimmten Voraussetzungen. Etwa wenn der Markt entscheidet, ob Sie oder die Konkurrenz das Geschäft machen. Wenn das Angebot größer ist als die Nachfrage. Wenn der Kunde zwischen mehreren gleichwertigen Anbietern auswählen kann. Wenn keine Präferenzen zählen und nur ein möglichst tiefer Preis entscheidet.

Wer sich im Hyperwettbewerb bewegt, muss um Marktanteile kämpfen. Um Marktanteile zu verteidigen und zu gewinnen, gibt es unterschiedliche Wege. Richtige und falsche. Kalkulierbare und lebensgefährliche.

Markterfolg in stagnierenden oder hart umkämpften Märkten muss bewusst und gezielt gesteuert werden.

KAMPF UM MARKTANTEILE



Hart umkämpfte Märkte brauchen eine andere Gangart. Oft ist es nicht möglich, sich nur mit Hilfe von Innovation, Spezialisierung oder Zuflucht in Nischenmärkte von der Konkurrenz abzugrenzen. Dann kommt es zur direkten Konfrontation, zum Kampf um Marktanteile.

Nur selten gewinnt dabei der Anbieter mit dem besseren Produkt. Oft gewinnt der Anbieter

mit den niedrigsten Preisen. Wenn dies wegen fehlender Kostenvorteile jedoch nur zu Lasten der Gewinnmargen funktioniert, ist dieser Weg kaum sinnvoll.

Ideal ist es deshalb, durch besseres Marketing und besseren Verkauf im Wettbewerb die Nase vorn zu haben. Wir zeigen Ihnen, wie das geht.

▶ MARKTERFOLG

Markterfolg ist relativ: Der bessere erreicht seine Ziele, nicht alle können gewinnen. Wer aber ist der Bessere? Welche Kernkompetenzen entscheiden über die relative Marktposition? Und vor allem: Wie können die eigenen Stärken wirkungsvoll in Szene und umgesetzt werden?





DOMINANZ

Optimales Marketing – Starker Verkauf!
Die ungenutzten Potenziale im Verkauf
sind enorm. Gutes Marketing schafft
die Voraussetzungen. Ab dann zählt
nur noch eines: Volles Engagement für
einen Verkauf, der die Potenziale nutzt
und die Konkurrenz erstaunen lässt.

ST. GALLER MARKT-MANAGEMENT



1. Marketing & Verkauf heute

Analyse der Marketing- und Verkaufsstärke

2. Bestimmungsfaktoren Markterfolg

Die Gesetzmäßigkeiten von Branche und Markt; Soll-Position und eigene Kernkompetenz

3. Optimale Marketing-Strategie

Die richtige Positionierung im harten Wettbewerb

4. Gewinnende Verkaufs-Stärke

Marktanteile gewinnen durch überzeugende Verkaufs-Stärke

5. Agentur-Betreuung Marketing

Laufende Betreuung aller Marketing-Aktionen, mit dem Ziel einer optimalen Marktdurchdringung

6. Verkaufs-Coaching

Laufende Betreuung Ihrer Mitarbeiter mit dem Ziel, Verkaufsprogramme zu entwerfen und ehrgeizige Verkaufsziele zu erreichen



ST. GALLEN CONSULTING®

St. Gallen International Management Consulting
Tellstrasse 18 • CH-9000 St. Gallen • Switzerland
Fon +41 (0) 71 222 14 00 • Fax +41 (0) 71 222 14 03
consulting@sgimc.ch • www.sgimc.ch