

A blue-tinted photograph of a network switch rack. The ports are labeled with numbers such as 056, 057, 058, 059, 072, 073, 074, 075, 088, 089, 090, and 091. Several network cables are plugged into the ports.

Marketing- Onboarding

Workshop

Factsheet

Datum: 30.01.2020

Version: 1.0

joloo GmbH

Bielstrasse 36
CH-3252 Worben
joloo.ch
info@joloo.ch

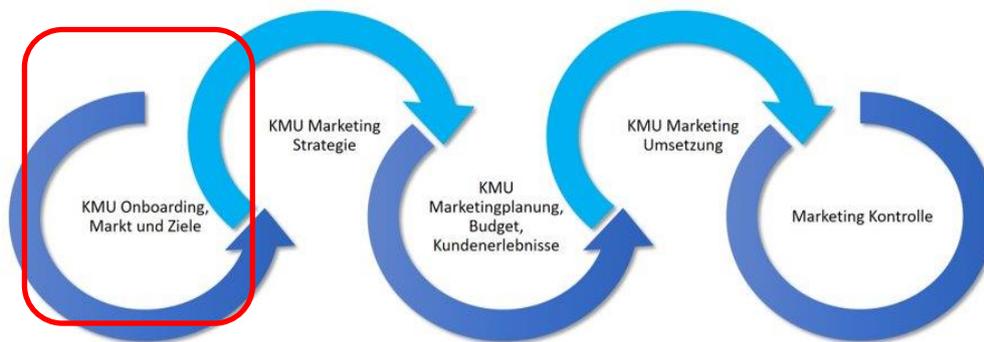
Inhalt

1	Einleitung	3
2	Marketing- Onboarding Workshop	3
2.1	Ziele des Marketing- Onboarding Workshop	3
2.2	Zielgruppen.....	3
2.3	Inhalt des Workshops	4
2.4	Methodik	4
2.5	Teilnehmer.....	5
2.6	Lieferobjekte.....	5
2.7	Aufwand	5
3	Kosten	5

1 Einleitung

Im Zuge des Aufbaus einer aktiven und regionalen Vermarktung von Telekom Produkten und Dienstleistungen bieten wir den Netzanbieter, EVU's und Kabelnetzbetreiber die Möglichkeit, diese in der Vorbereitung, Planung und Umsetzung der regionalen Marktbearbeitung zu unterstützen.

Der Marketing- Onboarding Workshop ist der erste Teil des 360° KMU Marketing Ansatzes, welcher je nach Bedürfnis des Unternehmens einen flexiblen Einstieg in den gesamten Prozessverlauf ermöglicht.



2 Marketing- Onboarding Workshop

Der Marketing- Onboarding Workshop dient in erster Linie der Informationsbeschaffung entlang des Marktsystems und steht klassischerweise am Anfang von grösseren Marktbearbeitungs- Projekten oder der Erarbeitung von Marketingstrategischen Themen wie Markt- Positionierung oder Marktbearbeitungsstrategie.

2.1 Ziele des Marketing- Onboarding Workshop

Ziel des Marketing Onboarding Workshop ist eine Informationsbasis zu erarbeiten welche einerseits das gemeinsame Verständnis über Markt- und Marktbearbeitung schärft und andererseits die Basis für nachgelagerte Arbeiten wie der Marketing Strategiedefinition und der operativen Marketingplanung legt. Insbesondere sollen folgende Ziele erreicht werden:

- Definieren und beschreiben des Marktsystems
- Definieren und beschreiben der relevanten Umweltfaktoren
- Definieren und beschreiben der Stärken und Schwächen im eigenen Unternehmen
- Definieren der Kernkompetenzen. Die Essenz (für was steht das Unternehmen)
- Definieren und beschreiben von aktuellen und zukünftigen Kundenbedürfnissen
- Definieren der Vision und der Grobziele für die nächsten 1-4 Jahre

2.2 Zielgruppen

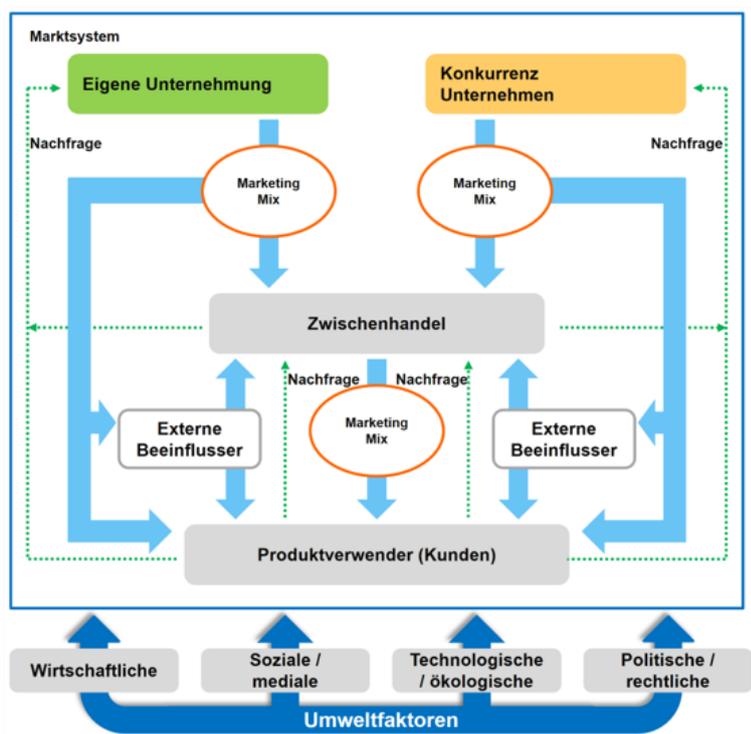
Telekom Netzbetreiber, EVU's und Kabelnetzbetreiber welche zukünftig, aktiv in die regionale Vermarktung von Telekom Produkten und Dienstleistungen investieren wollen.

2.3 Inhalt des Workshops

- Gegenseitiges kennen lernen, Warm Up und Workshop Ziele
- Entdecken der Stärken und Schwächen des Unternehmens von innen nach aussen
- Umweltfaktoren (wirtschaftlich, technisch ökologisch, sozial medial, politisch rechtlich)
- Stärken und Schwächen und zukünftige Entwicklung der Mitbewerber
- Heutige und zukünftige Kundenbedürfnisse
- SWOT
- Erfolgsfaktoren KSF
- Relevante Segmente und Teilmärkte
- Vision, Mission und Ziele
- Debriefing Workshop und weiteres Vorgehen

2.4 Methodik

Die einzelnen Themen entlang des Marktsystems werden mittels Brainstorming Sessions gemeinsam erarbeitet. Zusammen werden die erarbeiteten Inhalte besprochen und von den Teilnehmern auf deren Wichtigkeit priorisiert und zusammengefasst.



2.5 Teilnehmer

Durch die Unternehmensorganisation gemischte Teilnehmer. Ab 8 Teilnehmer wird der Workshop in 2 Gruppen durchgeführt.

2.6 Lieferobjekte

- Detaillierte Zusammenfassung über die Workshop Resultate der einzelnen Marktelemente
- Detaillierte SWOT Analyse
- Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlung
- Vorschlag für weiteres Vorgehen
- Foto Protokoll des Workshops
- Alle Informationen auf MS Power Point in elektronischer Form.

2.7 Aufwand

Je nach Anzahl der Teilnehmer 6-8 Stunden. Wir empfehlen in jedem Fall einen Arbeitstag für den Marketing- Onboarding Workshop zu reservieren.

3 Kosten

Der Marketing- Onboarding Workshop kostet pauschal CHF 3'500.