



# Marketing- Strategie & Positionierung

## Factsheet

Datum: 30.01.2020

Version: 1.0

joloo GmbH

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

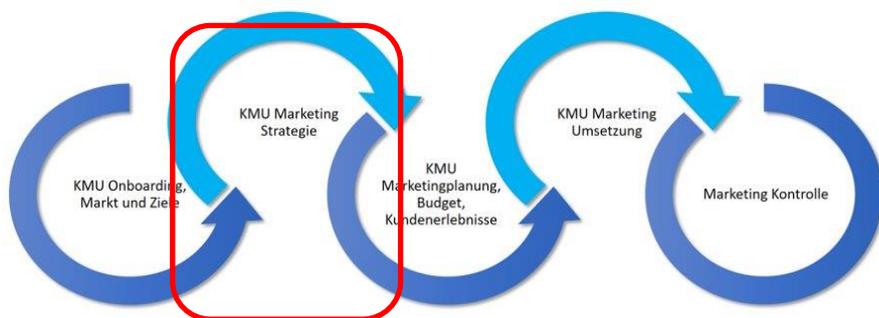
## Inhalt

1	Einleitung .....	3
2	Marketing- Strategie und Positionierung.....	3
2.1	Inhalt der Marketing- Strategie und Positionierung.....	4
2.2	Methodik .....	4
2.3	Lieferobjekte.....	4
2.4	Aufwand .....	4
3	Kosten .....	4

# 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.

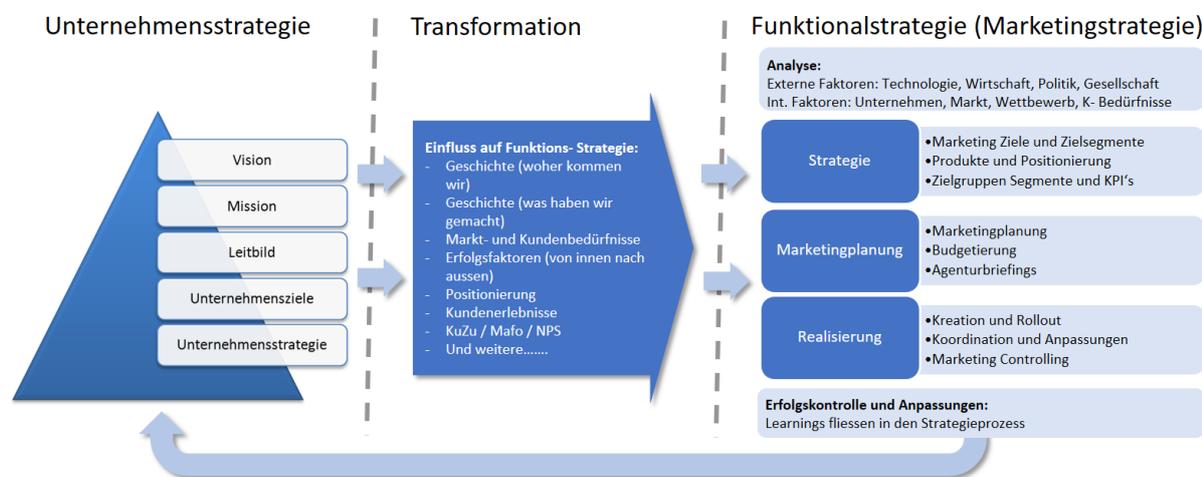
Aufbauend auf den Marketing- Onboarding Workshop, ist die Marketing- Strategie & Positionierung der zweite Teil des 360° KMU Marketing Ansatzes, welcher je nach Bedürfnis des Unternehmens einen flexiblen Einstieg im Prozessverlauf ermöglicht.



# 2 Marketing- Strategie und Positionierung

Die Marketing- Strategie & Positionierung definiert die strategischen Elemente für die regionale Marktbearbeitung & Positionierung. Die Marketingstrategie basiert im Wesentlichen auf der Unternehmensstrategie und den Unternehmenszielen. Diese ist ausgerichtet auf einen Zeithorizont von 1-4 Jahren. Die Marketingstrategie ist ein wichtiges Element des Unternehmens- Strategie Prozesses, welcher eine wiederkehrende Überprüfung vorsieht.

Die Marketingstrategie ist die Basis für Operationalisierung des Marketings, sprich der Marktbearbeitungsmassnahmen (Marketing- Planung) welche regional umgesetzt werden.



## 2.1 Inhalt der Marketing- Strategie & Positionierung

- Vorgaben aus der Unternehmensstrategie
- Bestimmen der lokalen versus nationalen Marktbearbeitung. Grad der Regionalisierung und Positionierung als Dienstleister (wenn vorhanden aus Marketing- Onboarding Workshop)
- SWOT (wenn vorhanden aus Marketing- Onboarding Workshop)
- Fazit und Schlussfolgerungen der Analyse inklusive Handlungsempfehlungen
- Markt- und Marktsegmentstrategie
- Kunden Segmentierung und bestimmen der Marketing- Zielbereiche
- Definieren der Wettbewerbsstrategie
- Bestimmen der Markenstrategie
- Erarbeiten der Grob- und Feinpositionierung
- Bestimmen der Marktbearbeitungsstrategie
- Definieren Marktbearbeitungs- Ziele
- Bestimmen des Channel- Mix (Absatzmittler und Kanäle)
- Bestimmen des Marketingmix und der Marketing Instrumente anhand des Standard Dominanz Modelles
- Erarbeiten der Marketingmassnahmen
- Anpassung der Marketinginfrastruktur
- Definieren des Grobbudgets
- Definieren des Marketing Controllings, Marketing KPI's und Reporting

## 2.2 Methodik

Die Marketingstrategie wird von der joloo GmbH in einer Draft Version (V0.8) erstellt. Nach einem Review mit den Auftraggebern wird die finale Version (1.0) erstellt.

## 2.3 Lieferobjekte

- Marketing- Strategie Dokument im Word Format (bereit für Operationalisierung)
- Tabellen, Berechnungen und Grafiken im Excel Format
- Grafiken und diverse Darstellungen im MS Power Point

## 2.4 Aufwand

Die Erarbeitung der Marketing- Strategie & Positionierung inklusive Review und Erstellung der finalen Version dauert ca. 1-2 Wochen.

# 3 Kosten

Die Erarbeitung der Marketing- Strategie und Positionierung kostet pauschal CHF 5'000.