



# Marketingstrategie & Positionierung

## Factsheet

Datum: 10.12.2022

Version: 2.0

joloo GmbH

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

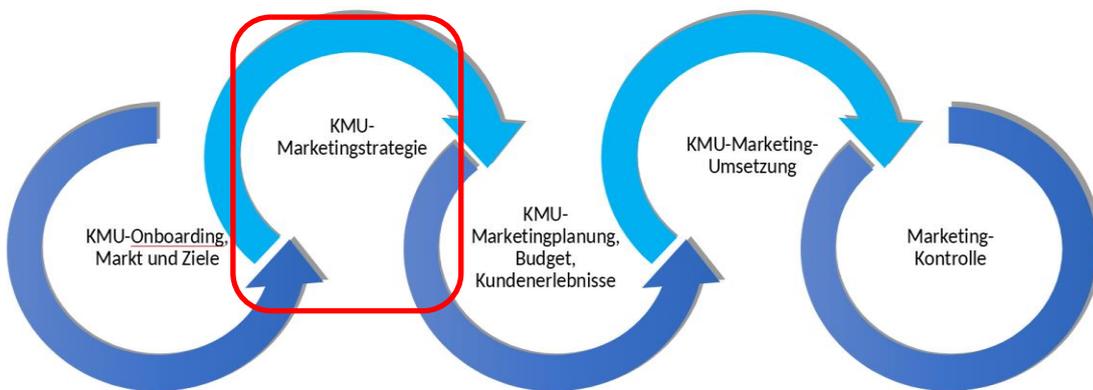
## Inhalt

1	Einleitung .....	3
2	Marketingstrategie und Positionierung .....	3
2.1	Inhalte der Marketingstrategie & 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 Telecomprodukten und Dienstleistungen bieten wir Netzanbietern, EVUs und Kabelnetzbetreibern die Möglichkeit, sie in der Vorbereitung, Planung und Umsetzung der regionalen Marktbearbeitung zu unterstützen.

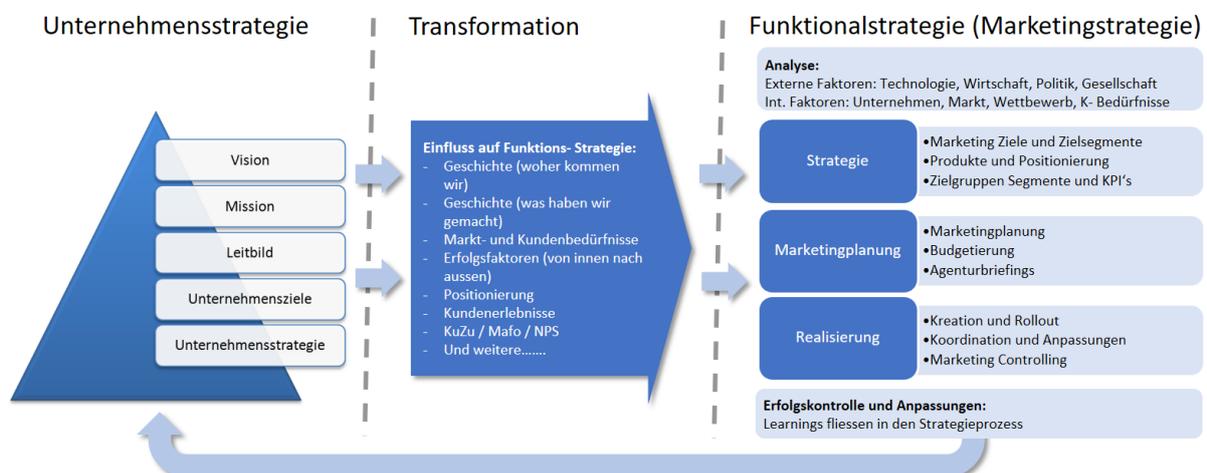
Aufbauend auf den Marketing Onboarding Workshop, ist die Marketingstrategie und Positionierung der zweite Teil des 360° KMU-Marketing-Ansatzes, welcher je nach Bedürfnis des Unternehmens einen flexiblen Einstieg im Prozessverlauf ermöglicht.



# 2 Marketingstrategie und Positionierung

Die Marketingstrategie definiert die strategischen Elemente für die regionale Marktbearbeitung und die Positionierung. Die Marketingstrategie basiert im Wesentlichen auf der Unternehmensstrategie und den Unternehmenszielen. Sie ist auf einen Zeithorizont von ein bis vier Jahren ausgerichtet. Die Marketingstrategie ist ein wichtiges Element des Unternehmensstrategie-Prozesses, welcher eine wiederkehrende Überprüfung vorsieht.

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



## 2.1 Inhalte der Marketingstrategie & 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
- Kundensegmentierung und bestimmen der Marketing-Zielbereiche
- Definieren der Wettbewerbsstrategie
- Bestimmen der Markenstrategie
- Erarbeiten der Grob- und Feinpositionierung
- Bestimmen der Marktbearbeitungsstrategie
- Definieren der Ziele der Marktbearbeitung
- Bestimmen des Channel-Mix (Absatzmittler und Kanäle)
- Bestimmen des Marketing-Mix und der Marketinginstrumente anhand des Standard-Dominanz-Modelles
- Erarbeiten der Marketingmassnahmen
- Anpassung der Marketinginfrastruktur
- Definieren des Grobbudgets
- Definieren des Marketing Controllings, Marketing-KPIs und Reportings

## 2.2 Methodik

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

## 2.3 Lieferobjekte

- Konzeptpapier Marketingstrategie als Word-Datei (bereit für Operationalisierung)
- Tabellen, Berechnungen und Grafiken im Excel Format (wie z.B. Grobbudget)
- Grafiken und diverse Darstellungen im MS Power Point (z.B. Business Model Canvas)

## 2.4 Aufwand

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

# 3 Kosten

Die Erarbeitung der Marketingstrategie und Positionierung verrechnen wir nach Aufwand im Stundenansatz.