



Marketing-Onboarding

Workshop

Factsheet

Datum: 10.12.2022

Version: V2.0

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 Workshops.....	3
2.2	Zielgruppen	4
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 Telecomprodukten und Dienstleistungen bieten wir Netzanbietern, EVUs und Kabelnetzbetreibern die Möglichkeit, sie 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 Marktbearbeitungsprojekten oder der Erarbeitung von marketingstrategischen Themen wie Marktpositionierung oder Marktbearbeitungsstrategie.

2.1 Ziele des Marketing Onboarding Workshops

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

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

2.2 Zielgruppen

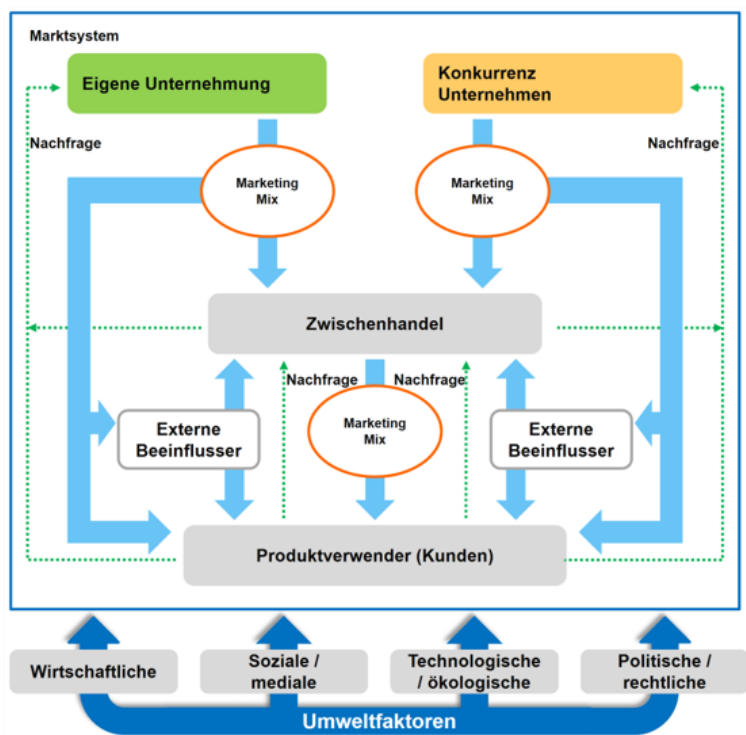
Telekom-Netzbetreiber, EVUs und Kabelnetzbetreiber welche zukünftig aktiv in die regionale Vermarktung von Telecomprodukten und -dienstleistungen investieren wollen.

2.3 Inhalt des Workshops

- Gegenseitiges Kennenlernen, 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 / Key Success Factors (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 Teilnehmern wird der Workshop in zwei 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-PowerPoint 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

Die Durchführung des Marketing Onboarding Workshops verrechnen wir nach Aufwand im Stundenansatz.