

# Kernfragen des Kunden

MH&P möchte den Kunden bei der Lösung seiner Fragen unterstützen

## Phase I: Analyse

Kernfragen:

- > Kenne ich alle relevanten Zielgruppen für mein Produktportfolio?
- > Welche Entwicklungen zeichnen sich in diesen Zielgruppen / Marktsegmenten ab?
- > Kenne ich alle wichtigen Unternehmen in den relevanten Zielgruppen?
- > Welche Anforderungen stellen diese Unternehmen an mein Produkt- / Leistungsportfolio?
- > Kann ich dieses Anforderungsprofil mit meiner vorhandenen Organisations- und Prozessstruktur erfüllen?
- > Wer sind die wichtigsten Wettbewerber und wie sind diese am Markt positioniert und organisiert?
- > Wie und wo wächst mein Markt und wie sind meine Wachstumschancen?

## Phase III: Marketing-Konzeption

Kernfragen:

- > Gibt es hinsichtlich der Produkt- Preis- und Kommunikationspolitik Handlungsbedarf?
- > Wie muss ich meine Vertriebsorganisations- und Prozessstruktur verändern / optimieren?
- > Welcher mittelfristige Businessplan ergibt sich aus den Strategien und dem Marketing-Mix?

Phase  
I

Phase  
II

Phase  
III

Phase  
IV

## Phase II: Strategieentwicklung

Kernfragen:

- > Wie werde ich mich zukünftig in meinem relevanten Geschäftsfeld positionieren?
- > Welche Strategieoptionen lassen sich zur Erreichung der angestrebten Marktpositionierung ableiten und bewerten?
- > Welche Auswirkungen haben die gewählten Strategieoptionen auf die Ausgestaltung meiner Wertschöpfungskette?
- > Welche strategischen Partnerschaften sollten auf welcher Stufe der Marktprozesskette angestrebt werden?
- > Welche potenziellen Partnerunternehmen sind zu identifizieren?

## Phase IV: Umsetzung

Kernfragen:

- > Wie stelle ich die effektive Umsetzung der gewählten Marketing-Konzeption, unter Beachtung vorhandener und geplanter Ressourcen sowie der zugrunde gelegten Zeitschiene, sicher?

# Unser ganzheitlicher Beratungsansatz

Von der Analyse und Strategie-Entwicklung, der integrierten Marketing-Konzeption bis zur Umsetzung

## Phase I: Analyse

Führt zu notwendigen Informationen über:

- > Organisation und Prozesse
- > Markt und Marktumfeld
- > Kunden und Kundenanforderungen
- > Wettbewerb

Hieraus erfolgt die Abgrenzung des relevanten Geschäftsfeldes.

## Phase II: Strategieentwicklung

Führt zur Erarbeitung einer Strategie für Unternehmen / Leistungsangebote:

- > Marktpositionierung
- > Strategieoptionen
- > Gestaltung der Wertschöpfungskette
- > Strategische Partner

## Phase III: Marketing-Konzeption

Führt zur Operationalisierung der Strategie durch:

- > Gestaltung des Marketing-Mix
- > Definition von Aufgaben und Verantwortung
- > Businessplanung

## Phase IV: Umsetzung

Führt zur Umsetzung der Marketing-Konzeption durch Unterstützung bei:

- > Abstimmungsprozessen
- > Maßnahmenumsetzung
- > Projektmanagement
- > Change Management

Phase  
I

Phase  
II

Phase  
III

Phase  
IV