



Patrick Wagner

Der Startup-Marketing-Guide

Einführung ins Marketing für Startups
und neue Unternehmen

marketing-startupper.de

Inhalt

Vorwort

Kapitel 1: Grundlegendes

Einführung ins Marketing

Markt & Zielgruppe

Marke & Branding

Kapitel 2: Das Produkt

Grundlegendes zum Produkt

Strategien für angebotene Produkte

Strategien für den Produktlebenszyklus

Kapitel 3: Die Preisgestaltung

Der Mindestpreis

Preisfestsetzung

Weitere Möglichkeiten bei der Preisgestaltung

Kapitel 4: Vertrieb und Ort des Angebots

Vertriebsmöglichkeiten

Der schnelle Weg zum Kunden

Kapitel 5: Möglichkeiten der Marktkommunikation

Klassische Werbung

Social Media Marketing

Online-Marketing

Public Relations

Weitere Kommunikationsmöglichkeiten

Kapitel 6: Die Marketingstrategie

Analyse und Marktforschung

Marketingentscheidungen treffen

Schlusswort

Vorwort

Das Marketing ist ein sehr spannendes Thema, das Unternehmer seit mehreren Jahren jubeln oder verzweifeln lässt. Dabei betreibt jedes Unternehmen Marketing, egal, ob es eine eigene Marketingabteilung hat oder nicht. Dabei ist Marketing das A und O für den Erfolg eines marktorientierten Unternehmens. Man darf sich hier nicht rein auf den Zufall verlassen, denn das ist zu risikoreich.

Auch als junges Unternehmen und als Startup muss man sich sehr früh Gedanken über eine funktionierende Marketingstrategie machen. Nicht selten scheitern innovative Unternehmen an dem Markt, weil sie das Marketing und die Orientierung an dem Markt stiefmütterlich behandelt haben. Man muss sich also frühzeitig um eine gut durchdachte Marketingstrategie kümmern und auch rechtzeitig alle möglichen Marktanalysen und Daten einsammeln, die man für das Marketing benötigt. Je früher, desto besser!

Dieses Buch ist in erster Linie darauf angelegt, möglichst präzise alle wichtigen Themen des Marketings abzuarbeiten und dem Leser einen übergreifenden Überblick über die Themen des Marketings zu liefern und ihm auch viele nützliche Tools, Tipps und Hinweise auf den Weg zu geben. Es ist für jeden geeignet, der sich mit dem Thema Marketing beschäftigen möchte. Natürlich wird hier ein besonderer Fokus auf den Überblick der Marketingmaßnahmen von Startups gesetzt, jedoch können auch Marketingmanager aus etablierten Unternehmen oder auch Studenten und Schüler einige Tipps mitnehmen und sich darüber Gedanken

machen, wie groß und umfangreich doch das Gebiet des Marketings ist.

Kapitel 1

Grundlegendes

1.1. Einführung ins Marketing

In den letzten hundert Jahren ist der Begriff des Marketings immer wichtiger geworden. Der Grund hierfür ist der wirtschaftliche Wohlstand und die damit einhergehenden Änderungen auf den Märkten. Die Märkte haben sich von einem Verkäufermarkt in einen Käufermarkt verwandelt.

Während dem Krieg und der Nachkriegszeit herrschte eine starke Ausprägung des Verkäufermarktes. Ein Verkäufermarkt kennzeichnet sich dadurch, dass die Verkäufer gegenüber den Käufern bzw. den potenziellen Käufern klare strategische Vorteile hatten. Ein Verkäufer konnte sich aussuchen, an welchen Käufer er seine Waren verkauft, da er in einer deutlich höheren Position war. In einer Region, in der die Nahrungsmittel knapp sind, hat der einzige Nahrungsmittelerzeuger einen deutlichen Vorteil: Er kann seine Preise so hoch anlegen wie er will, da er keinen Konkurrenzdruck verspürt oder zu erwarten hat.

In der modernen Gesellschaft hat sich dieses Verhältnis aber stark gewandelt. Immer mehr Anbieter strömen mit ihren Produkten auf den Markt und der Käufer kann entscheiden, welches Produkt er kaufen möchte und welches Angebot am besten zu seinen Wünschen passt. Vor diesem Hintergrund ist es für Unternehmen wichtig, dass sie marketingstrategisch handeln und klar ihre Vorteile, ihre