



JLU

NEUE WEGE. SEIT 1607.

JUSTUS-LIEBIG-
 UNIVERSITÄT
GIESSEN

Prof. Dr. Alexander Haas | Inhaber der Professur für Marketing und Verkaufsmanagement

Markterfolg in der Gründungsphase – aber wie?

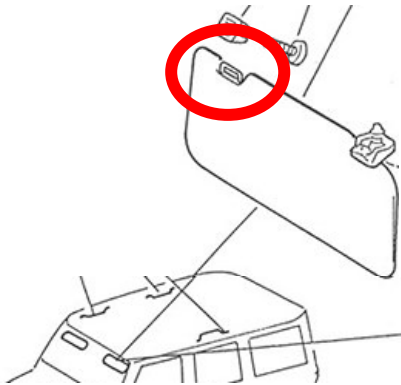
Bildquelle: Clipartsfree.de

Von 0 auf 100 auf dem Markt: Welche Erfolgsformel haben erfolgreiche Gründungen?

Erfolgreiche Gründungen (Beispiele)

Magna

1959: 1. Vertrag



2019: 40,8 Mrd. US-\$ Umsatz



Bilder: Magna.com; Puch.at

On

2010: Gründung



2019: in >6.000 Fachgeschäften
in >50 Ländern erhältlich
> 100 Mio. Euro Umsatz

Bilder: On-Running.com

Wie Gründungen Markterfolg erreichen wollen: der „Business Plan“



Bilder: guerilla.de; dreamstime.com; abendzeitung.de; nypost.com

23.11.2019

© Prof. Dr. Alexander Haas

3

Wie sich Gründungen sehen.



Bilder: Warner Bros.

23.11.2019

© Prof. Dr. Alexander Haas

Wie der Markt Gründungen sieht.



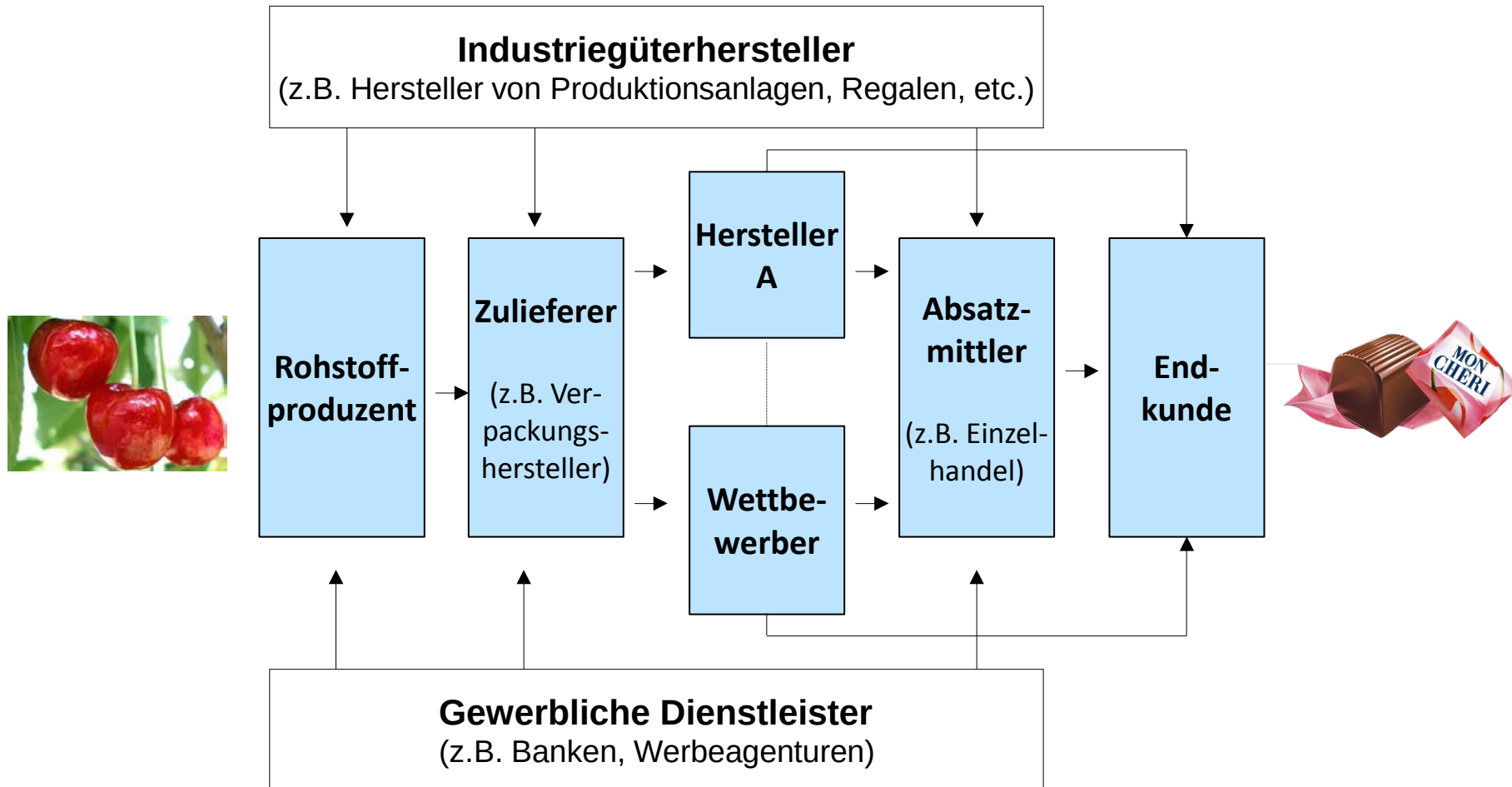
Bilder: testingtime.com, scienceblog.de, gettyimages

23.11.2019

© Prof. Dr. Alexander Haas

Markterfolg erfordert eine erfolgreiche Integration der Gründung in vorhandene Beziehungen und Netzwerke.

Grundsätzliche Struktur einer Branchenkette



Effektiver Vertrieb ist unerlässlich für Markterfolg – und häufig wichtiger als das perfekte Produkt.

Markterfolg als Ergebnis von Vertriebskompetenz (Beispiel: Microsoft)



Interner Projektname:
QDOS (Quick and Dirty Operating System)



```
Enter today's date (m-d-y): 08-04-81

The IBM Personal Computer DOS
Version 1.00 (C)Copyright IBM Corp 1981

A>dir *.com
IBMBIO    COM      1920  07-23-81
IBMDOS    COM      6400  08-13-81
COMMAND   COM      3231  08-04-81
FORMAT    COM      2560  08-04-81
CHKDSK    COM      1395  08-04-81
SYS        COM       896  08-04-81
DISKCOPY   COM      1216  08-04-81
DISKCOMP   COM      1124  08-04-81
COMP       COM      1620  08-04-81
DATE       COM       252  08-04-81
TIME       COM       250  08-04-81
MODE       COM       860  08-04-81
EDLIN      COM      2392  08-04-81
DEBUG      COM      6049  08-04-81
BASIC      COM     10880  08-04-81
BASICA     COM     16256  08-04-81

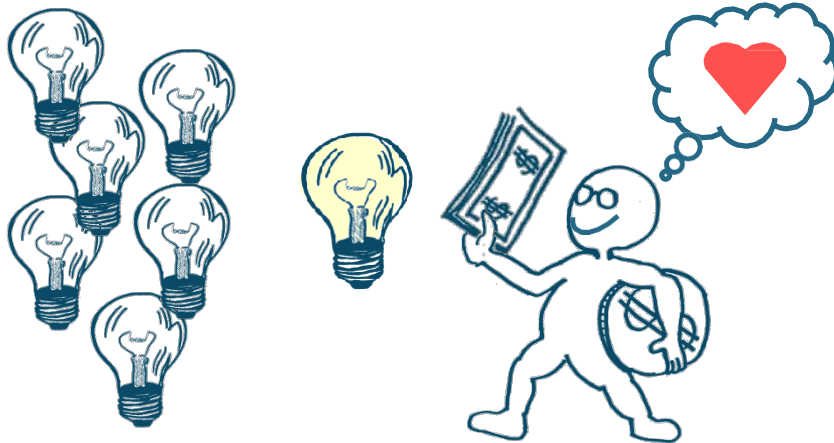
A>_
```



Für Markterfolg müssen Gründungen zwei Aufgaben lösen.

Die zwei Geheimnisse des Markterfolgs

It's not great unless it sells!



Great ideas have to be *sold*!



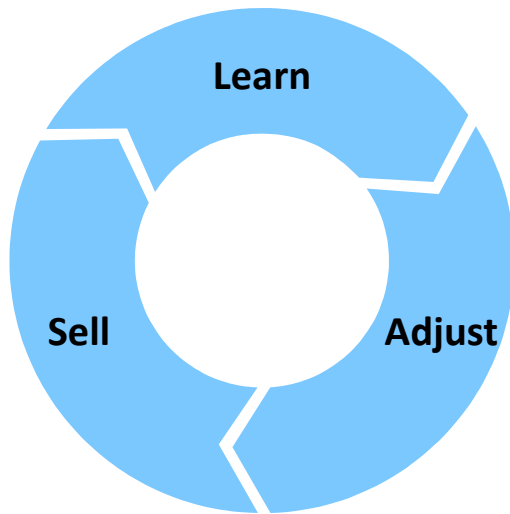
Quelle: in Anlehnung an Benton & Bowles.

Quelle: in Anlehnung an Coughter (2012), S. 75.

Markt- und Verkaufskompetenz führt zu Markterfolg.

Aufbau von Markt- und Verkaufskompetenz

Prozess



Identifizierung der „low hanging fruit“

z.B.

- dingend benötigte Problemlösung
- größte Begeisterung

organisatorische Optionen

Intern:

Kompetenz im eigenen Team

WER?

Extern:

Kompetenz durch Kunden

STOCKERT medical solutions

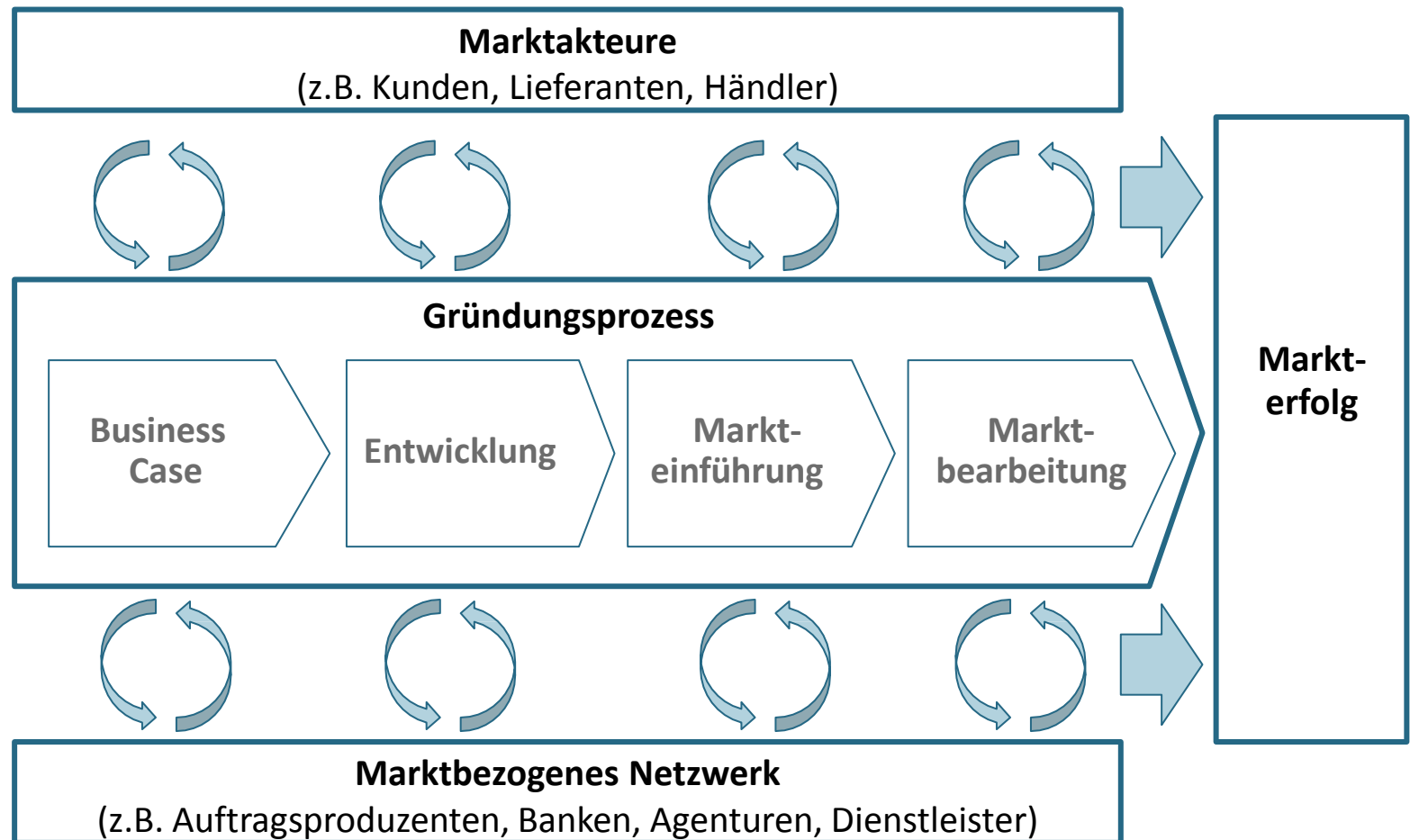
Kompetenz durch Spezialisten



Gespräche mit Kunden und Marktakteuren führen zu Marktkompetenz.



Markterfolg als Ergebnis von Interaktionen und Beziehungen



Der Aufbau eines starken persönlichen Netzwerks erhöht den Markterfolg – wenn es genutzt wird.



Persönliches Netzwerk als Einflussfaktor auf den Markterfolg



Industrie- und
Handelskammer



Marktinformationen helfen bei der Auswahl der richtigen Märkte.



Arten von Märkten

Geschäftskunden (Beispiele)



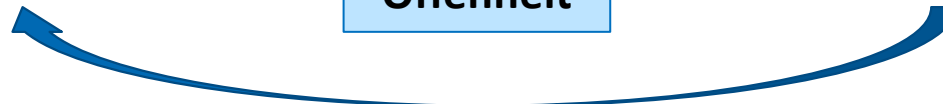
Endkunden (Beispiele)



„Ideologie“
versus
Offenheit

2015: **Gympass**

2012: **Gympass**



Marktinformationen helfen bei der Überarbeitung des Geschäftsmodells.



Wichtige Einflüsse auf den Markterfolg

Geschäftsmodell



Zielmarkt



AIRA



„Ideologie“
versus
Offenheit

Cognilize

Markterfolg erfordert eine klare Wertbotschaft der Gründung.



Erstellen der Wertbotschaft: Beispielhafte Fragen

Wodurch Wert
für den Kunden?

Welcher Wert
für den Kunden?

Welche
Kernkompetenz?

Grund für
Kundenbegeisterung?

1 Satz

Worin besser
als Wettbewerber?

Wodurch glaubhaft?



SIUT

Wir machen Beton smart.

Bild: siut.eu

Denken in Problemlösungen und Dienstleistungen für den Kunden schafft Kundenwert.



Wichtige Einflüsse auf den Markterfolg

Wie groß ist der Markt für Bohrmaschinen?



„Bohrmaschine“ aus Service-Perspektive



Bilder: Hilti.

23.11.2019

© Prof. Dr. Alexander Haas

15

Integration in die Kundenprozesse macht unverzichtbar.



Integration in Kundenprozesse (Beispiel: Sitzbezüge von Car Trim für VW)



Quizfrage: Wie schnell kann ein Autohersteller einen Lieferanten von Sitzbezügen austauschen?

A) 1 Tag

B) 1 Woche

C) 1 Monat

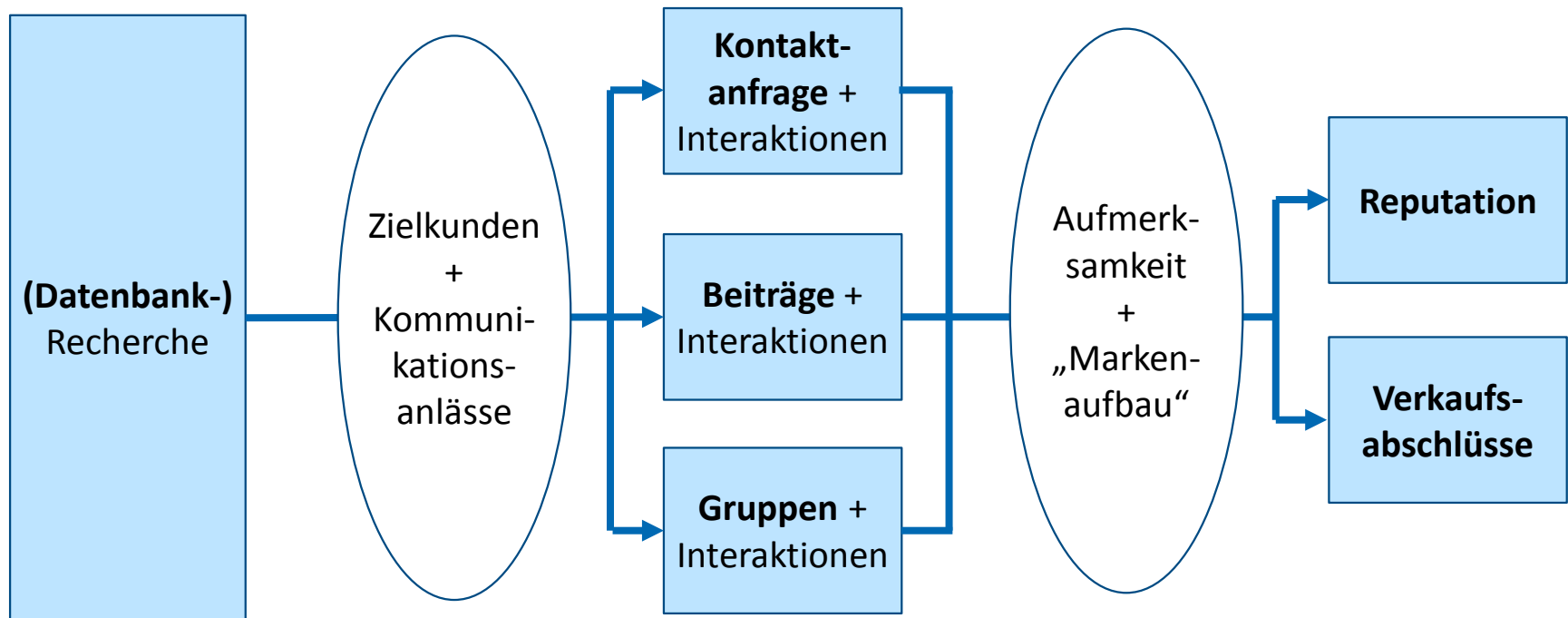
Intelligente Nutzung des Internets schafft (Verkaufs)Gelegenheiten.



Kundenansprache und -gewinnung im Internet (Beispiel: Berufsplattformen)

XING

LinkedIn

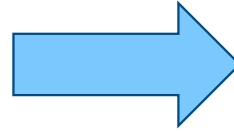


Intelligente Nutzung des Internets erzeugt Kundenkontakte.

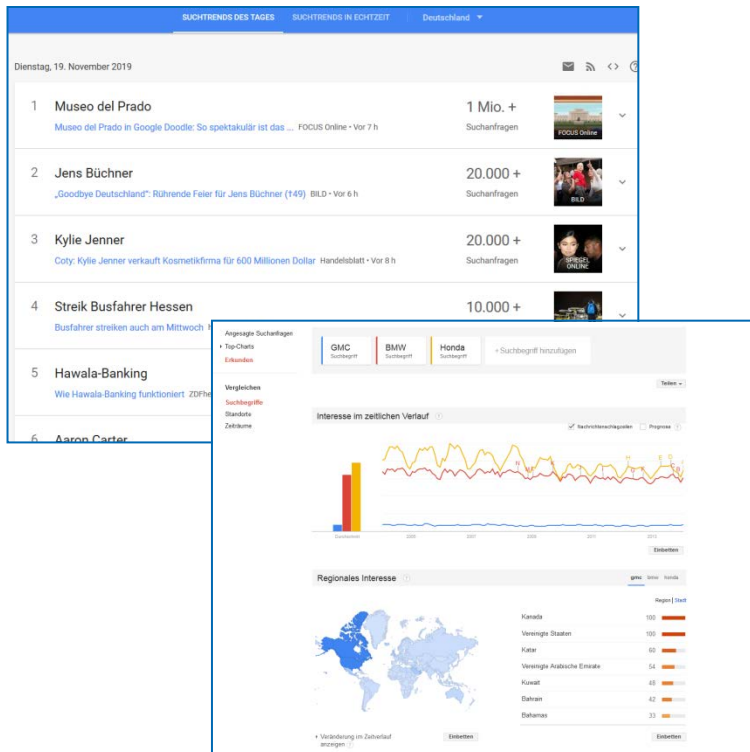


Identifizierung und Nutzung von Kommunikationsthemen im Internet

Erkennen aktueller Themen +
Analyse von Suchmustern
(Beispiel: Google Trends)



Suchmaschinenmarketing
(Beispiel: Google Ads, Youtube)



The screenshot shows a Google search for 'kaffee'. The results show approximately 135,000 results in 0.82 seconds. The top result is an advertisement for 'Kaffee: Online. roastmarket® | Günstiger Kaffee-Sofortversand' with a 4.8-star rating and 10,869 reviews.

The screenshot shows a Google search for 'Melitta® Kaffee Online'. The results show an advertisement for 'Melitta® Kaffee Online' with a 4.8-star rating and 10,869 reviews.

The screenshot shows a Google search for 'Jacobs Kaffee'. The results show an advertisement for 'Jacobs Kaffee' with a 4.8-star rating and 10,869 reviews.

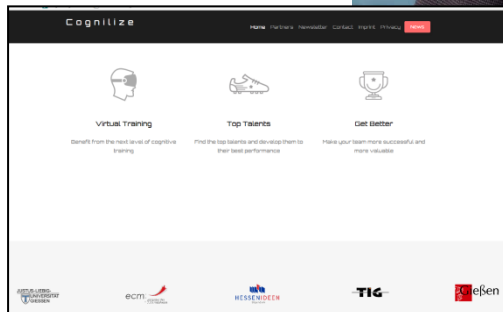
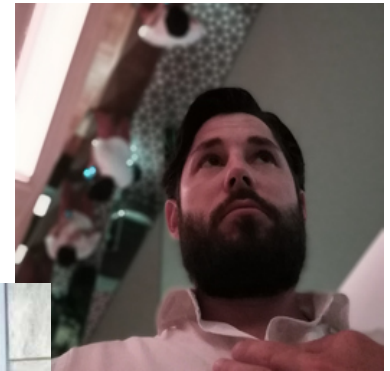
The screenshot shows a YouTube search for 'Perfekte Espressozubereitung'. The results show a video titled 'Perfekte Espressozubereitung – So geht ihr vor' with 34,964 views and a duration of 7:39.

Professioneller Auftritt reduziert das Kundenrisiko - Unachtsamkeit sorgt für Misserfolg.



„Markenbildung“ und Risikoreduktion als Erfolgsfaktoren

Wem würden Sie Ihr Unternehmen anvertrauen?



Bilder: funnyburger.com, karrierebibel.de, monster.com.

23.11.2019

© Prof. Dr. Alexander Haas

19

Der Wert des Leistungsangebots wird zusammen mit dem Kunden geschaffen – und allein durch die Wahrnehmung des Kunden bestimmt.



Schaffung von Wert in Interaktionen mit dem Kunden

Subjektivität von „Wert“



Wert als Ergebnis von „Co-Creation“



Verhandeln und Verkaufen sind Schlüsselkompetenzen für den Erfolg.



Wichtige Einflüsse auf den Verhandlungs- und Verkaufserfolg

Verhandeln

- Win-Win-Perspektive
- Fokus auf Interessen (statt Positionen)
- Fragen und Zuhören
- Mensch und Sache trennen

Die 3 Vs des Verhandlungserfolgs:
Vorbereitung, Vorbereitung,
Vorbereitung



Verkaufen

- Guter erster Eindruck
- Beziehung aufbauen
- Situation?
- Probleme?
- (ökonomische) Implikationen?

Preisverhandlung:
Keine unnötige Nachgiebigkeit



- Gehen Sie davon aus: Der Markt muss Ihr Produkt nicht haben!
- Effektiver Vertrieb ist unerlässlich für Markterfolg – und häufig wichtiger als das perfekte Produkt.
- Gespräche mit Kunden und Marktakteuren führen zu Marktkompetenz.
- Marktrelevante Einsichten und Offenheit führen zu Verbesserungen des Geschäftsmodells.
- Markterfolg erfordert eine klare Wertbotschaft der Gründung.
- Intelligente Nutzung des Internets schafft (Verkaufs)Gelegenheiten.
- Verhandeln und Verkaufen sind Schlüsselkompetenzen für den Erfolg.