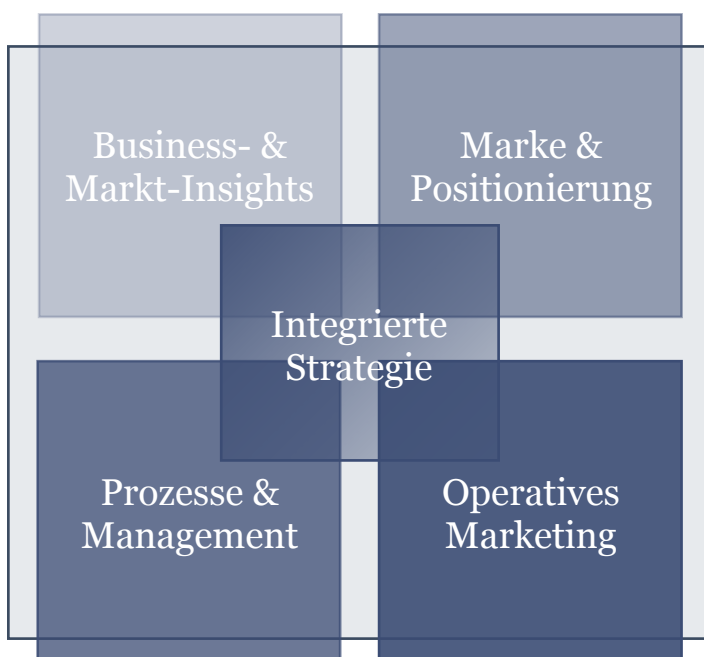


Abstract & Case

IMS-KMU: Integrated Marketing System für KMU

Strategie, Marke & Marketing auf dem Niveau von Großkonzernen



Ihre Chance

Ein harter Wettbewerb und schwierige Marktbedingungen treffen heute jedes Unternehmen, ob kleines KMU oder Großkonzern. Nutzen Sie das IMS-KMU: Integrated Marketing System für KMU, um eine nachhaltig erfolgreiche Unternehmensstrategie mit einer wirksamen Markenpositionierung und einem integriertem Marketing einzusetzen.

Dank unserer wissenschaftlich fundierten und für die Praxis optimierten Methodik entwickeln wir für KMU operativ umsetzbare Strategie- und Marketinglösungen, die sich auf dem Niveau von Großkonzernen bewegen. Der Einsatz unserer Software sIMS garantiert Ihnen die effizienteste und effektivste Lösung für die individuelle Situation Ihres Unternehmens.

Ihr Gewinn

Sie erhalten eine vollständige und integrierte Lösung zur nachfragebasierten Unternehmensführung, sowohl strategisch als auch operativ:

- | | |
|----------------------------|--|
| Markt-Insights | <ul style="list-style-type: none">• Sie kennen Ihre heutige Position im Wettbewerbsumfeld.• Sie verstehen die Hintergründe Ihrer Zielgruppen. |
| Positionierung & Strategie | <ul style="list-style-type: none">• Sie wissen, welche Werte Ihr Unternehmen in Zukunft transportieren muss, um erfolgreich zu sein.• Sie besitzen einen klaren Rahmen, um Ihre unternehmerischen Ziele im Markt durchzusetzen. |
| Marketing-Instrumente | <ul style="list-style-type: none">• Sie erkennen allfällige Schwächen in Ihrem Marketing-Mix.• Sie erhalten neue Impulse und konkrete Handlungsempfehlungen zur Optimierung Ihres operativen Marketings. |

Sie machen aus Ihrem Unternehmen eine starke Marke mit klaren Wettbewerbsvorteilen und maximieren Ihren Return on Marketing Investment.

Ihre Investition

Dank der wissenschaftlich fundierten und für die Praxis optimierten Methodik sowie dem Einsatz der Software sIMS können wir Ihnen ein IMS-KMU-Projekt ab € 9'500.00 (netto), zzgl. ges. USt. anbieten.

Darüber hinaus investieren Sie die Zeit für das Ausfüllen von zwei Fragebögen und für zwei Workshops mit einer jeweiligen Dauer von ca. drei Stunden. Ein IMS-KMU-Projekt wird in einem Zeitraum von zwei bis drei Wochen realisiert.

Ihr nächster Schritt

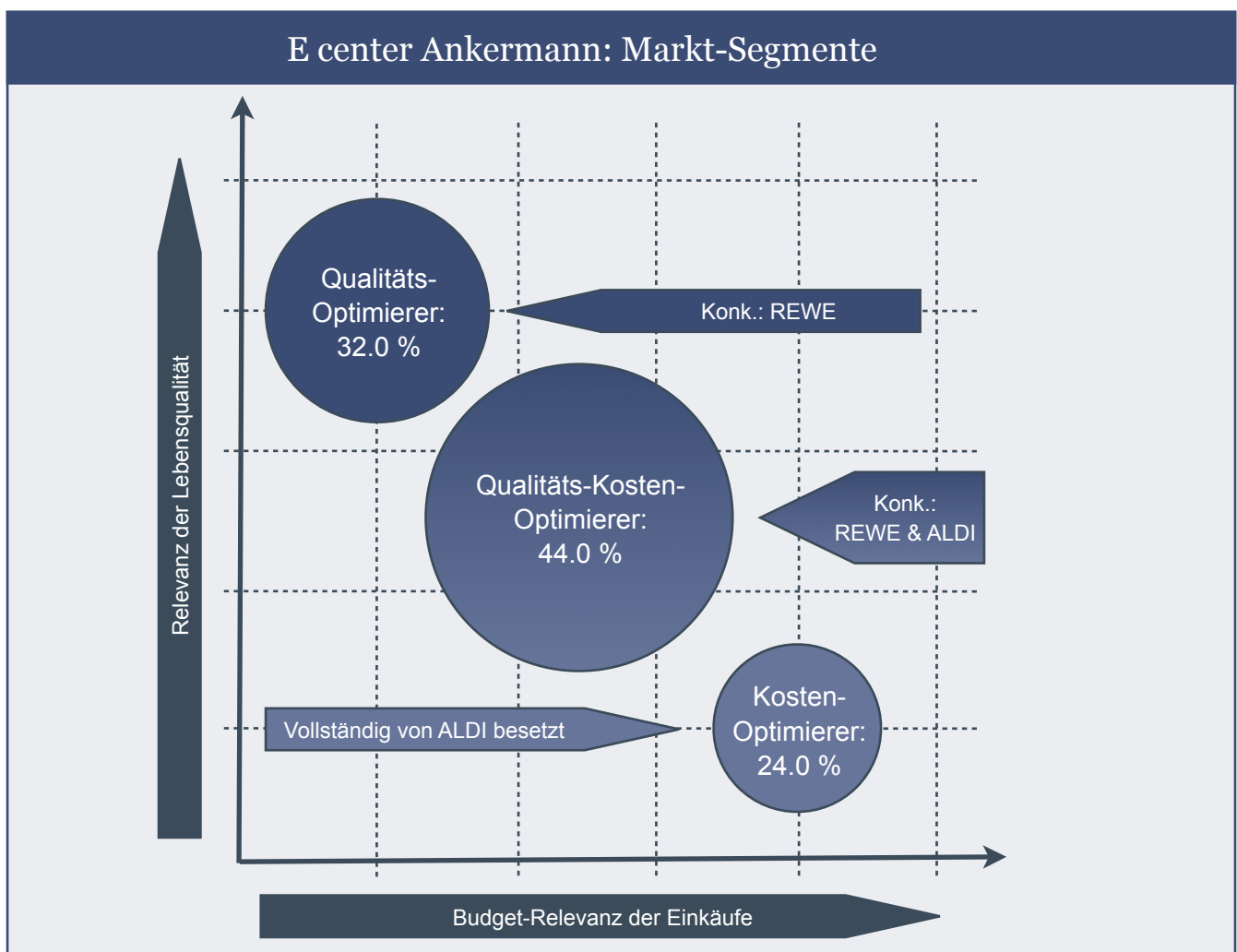
Investieren Sie jetzt in ein Telefonat und/oder eine Stunde für ein persönliches Gespräch. Gerne präsentieren wir Ihnen das IMS-KMU detailliert und anhand konkreter Praxisbeispiele.

Das IMS-KMU: Integrated Marketing System für KMU wurde unter anderem vom E center Ankermann eingesetzt, einem EDEKA-Markt im Großraum Braunschweig. In einem Zeitraum von zwei Wochen wurde der lokale Markt analysiert, Ziel-Positionierung der Marke, die Unternehmens- und Marktstrategie sowie ein operatives Marketingsystem definiert. Die strategischen und operativen Konzepte bilden nun den Rahmen der unternehmerischen Tätigkeit des E center Ankermann für die nächsten Jahre. Im Folgenden soll in Ausschnitten ein Eindruck von den Ergebnisse des Projektes gegeben werden:

Markt-Insights: Marktsegmente kennen und verstehen

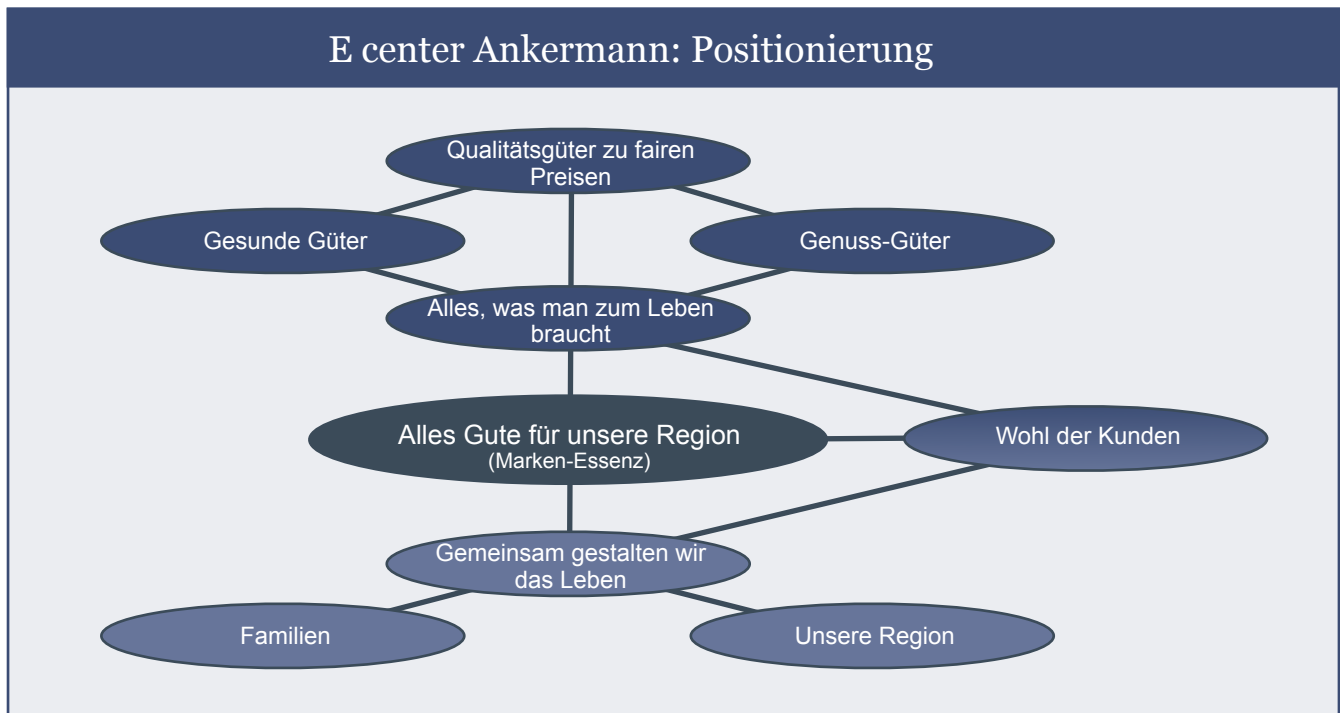
Der lokale Markt des E center Ankermann konnte in drei Marktsegmente mit jeweiligen Hauptkonkurrenten aufgeteilt und in Marktanteilen quantifiziert werden:

- Qualitäts-Kosten-Optimierer
 - Hauptkonkurrenten: REWE und ALDI / Anteil am Gesamtmarkt: 44.0 %
- Qualitäts-Optimierer
 - Hauptkonkurrent: REWE / Anteil am Gesamtmarkt: 32.0 %
- Kosten-Optimierer
 - Hauptkonkurrenten: ALDI als unangreifbarer Marktführer / Anteil am Gesamtmarkt: 24.0 %



Positionierung: Die zentralen Bedürfnisse ansprechen

Auf der Basis des Kaufverhaltens der beiden relevanten Zielgruppen Qualitäts-Kosten-Optimierer und Qualitäts-Optimierer konnten der Positionierungsraum und das Soll-Image des E center Ankermann konzipiert werden. Mit der Marken-Essenz „Alles Gute für unsere Region“ unterstützt das E center Ankermann die Menschen vor Ort, Ihre tägliche Lebensqualität zu steigern. Wesentliche Elemente des Marken-Aufbaus sind dabei die „gesunden Güter“ und die „genussvollen Güter“, so dass das Angebot des E center Ankermann „alles, was die Kunden brauchen“ umfasst. Da die „Qualitätsgüter zu fairen Preisen“ angeboten werden, wird eine nachhaltige und konstante Steigerung der täglichen Lebensqualität ermöglicht. Da das E center Ankermann seine „Kunden achtet“ und „auf das Wohl der Kunden“ ausgerichtet ist, „gestaltet er gemeinsam mit den Menschen in der Region das Leben vor Ort“. Dabei wird „Familien“ eine besondere Wertschätzung entgegen gebracht.



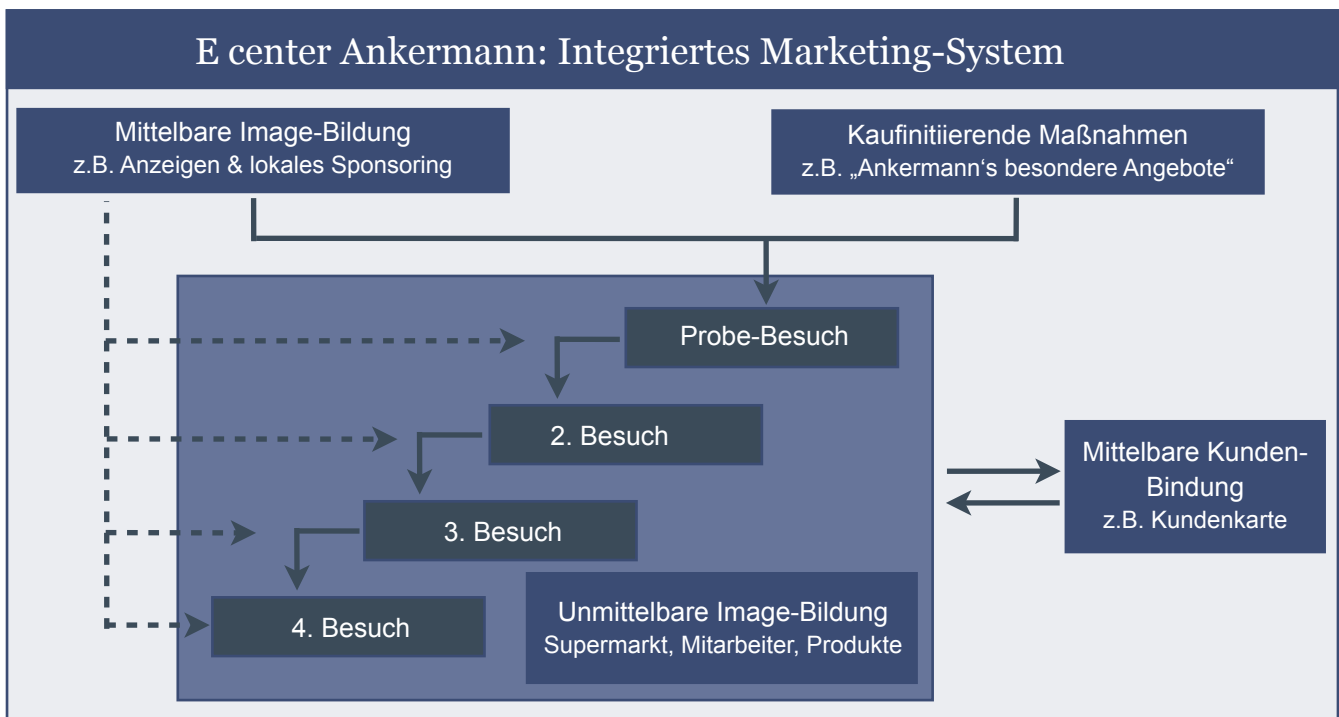
Markt-Strategie: Erstkunden gewinnen - Stammkunden binden

Das dargestellte Soll-Image spiegelt die Identität des E center Ankermann wider und stellt den Kern der ersten strategischen Stossrichtung in der Marktbearbeitung dar. Ziel ist es, über das Image Erstkunden zu Stammkunden zu konvertieren sowie Stammkunden an den Supermarkt zu binden. Die zweite Stossrichtung zielt darauf ab, potenzielle Kunden durch direkte Verkaufsanreize zu einem Probebesuch des E center Ankermann zu bewegen. Durch diese Marktstrategie wird das E center Ankermann zum Marktführer mit dem eindeutig größten Marktanteil. Darüber hinaus wird der Markteintritt weiterer Konkurrenten quasi unmöglich gemacht.

Operatives Marketing: Maßnahmen konsistent und individuell gestalten

Umgesetzt wird die Marktstrategie durch ein integriertes System an Marketing-Instrumenten, das sich am Kaufentscheidungsprozess orientiert. Durch mittelbare Maßnahmen, wie Image-Werbung oder lokales Sponsoring, werden Neukunden auf den EDEKA-Markt aufmerksam. Gegenüber Bestandskunden wirken die mittelbaren Image-Maßnahmen als eine Art Grundrauschen. Instrumente, die unmittelbar den Besuch des EDEKA-Marktes bewirken, sollen insbesondere Neukunden in den

Supermarkt bringen. In diesem Zusammenhang wurde die unter anderen neue Maßnahme „Ankermann's besondere Angebote“ konzipiert, in der passend zum Soll-Image eine preisorientierte Verkaufsförderung mit einem hoch stehenden Produkt-Nutzen-Verbund kombiniert wird. Kern der gesamten Marktbearbeitung ist die unmittelbare Imagebildung durch den Supermarkt mit seinen Mitarbeitern und Produkten sowie herausragenden Events wie dem „Schlemmerabend“ oder „So is(s)t Niedersachsen“. Abgerundet wird das Marketing-System mit Maßnahmen der mittelbaren Kundenbindung in Form eines Kundenkartensystems.



Ergebnisse: Integrierte, wirksam und direkt umsetzbar

Über die hier dargestellten Ausschnitte hinausgehend erhielt das E center Ankermann mit Abschluss des Projektes ein systematisches, vollständiges und integriertes System der nachfragebasierten



Unternehmensführung, das strategisch nachhaltig und operativ umsetzbar ist. Direkt im Anschluss an das Projekt IMS-KMU konnte die erste Image-Anzeige unter Federführung der ISG gestaltet werden.

Die Ergebnisse des IMS-KMU-Projektes lieferten die strategische und operative Definition der unternehmerischen Tätigkeit für die nächsten Jahre.

Das E center Ankermann ist nun in der Lage, seinen Return on Investment zu maximieren.

Kommentar des Klienten Toralf Ankermann

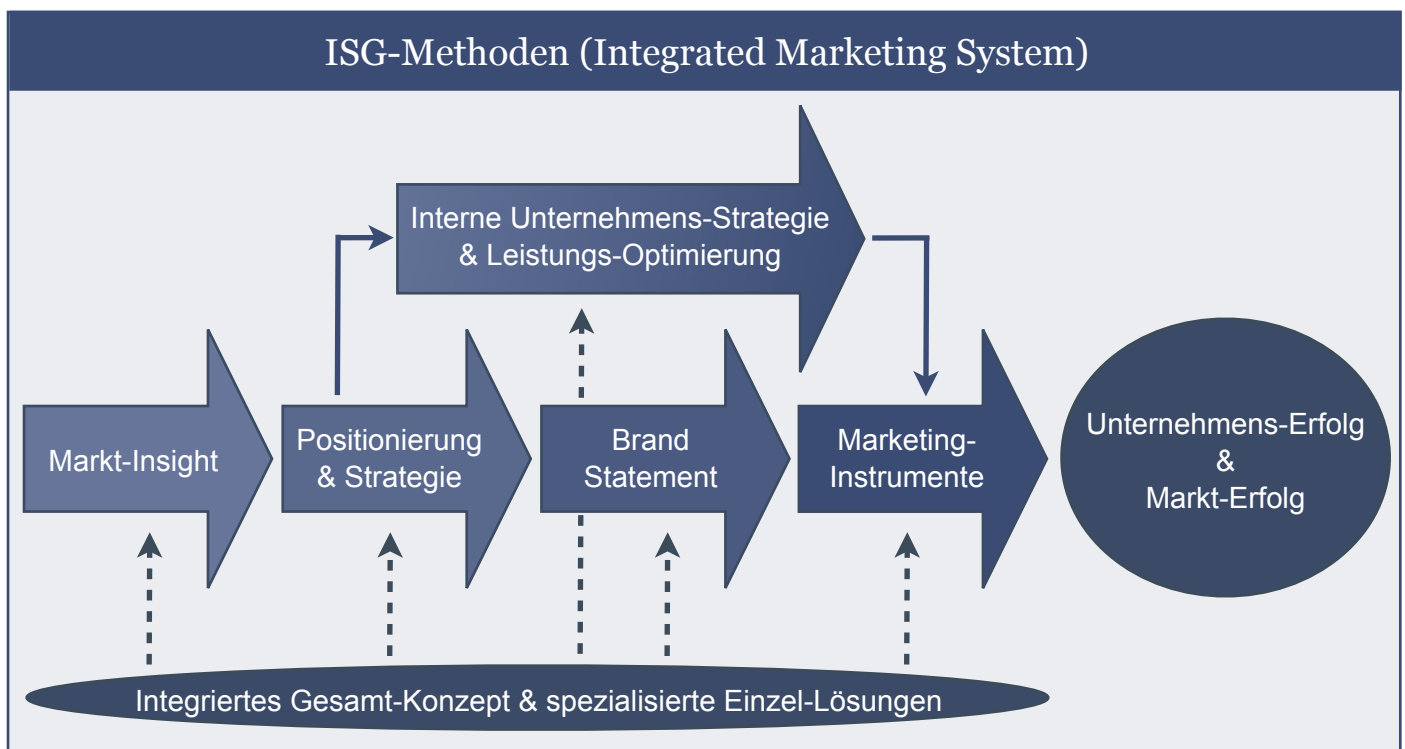
„Durch das IMS-KMU besitzen wir zum ersten Mal eine nachhaltige und unmittelbar umsetzbare Marktbearbeitung, die der Strategie und dem Marketing von Großunternehmen in nichts nachsteht. Wir können so unsere führende Position im Markt dauerhaft sichern und gewinnbringend ausbauen.“

Der Ursprung des Unternehmens geht auf das Forschungsprojekt „Brandingstar**“ der Hochschule für Angewandte Wissenschaften St.Gallen und der GFS Communications AG zurück. Das Projekt wurde auf Grund seines Innovationsgehaltes von der Kommission für Technologie und Innovation KTI, BBT Bundesamt für Berufsbildung und Technologie der Schweizerischen Eidgenossenschaft finanziert. Ergebnis war die erfolgreiche Entwicklung einer integrierten Methodik der Markenführung.

In diversen Praxisanwendungen konnte der ursprüngliche Ansatz zum ersten vollumfänglichen System der nachfragebasierten Unternehmensführung weiterentwickelt werden. Die vielfach validierte ISG-Methodik „Integrated Marketing System“ umfasst alle relevanten Ebenen eines erfolgreichen und nachhaltigen Management-Systems, das als integriertes Gesamtkonzept oder problemspezifische Einzellösung eingesetzt werden kann:

- Markt- und Unternehmensanalyse
- Strategie und Positionierung
- Operatives Marketing
- Prozess-Engineering und Organisationsentwicklung

Verschiedene regional, national und international tätige Unternehmen aus einem breiten Branchenspektrum (B2C und B2B, Dienstleistungen, Finanzen, Health Care, Medien, etc.) profitierten bereits von den Leistungen der ISG Integrated Strategy Group. Für jeden unserer Klienten verfolgen wir ein Ziel: Maximising the Return on Investment.



Dr. Hendrik Godbersen, Managing Partner Deutschland



Nach einem Doppelstudium der Betriebswirtschaftslehre und des Sportmanagements war Dr. Godbersen als Doktorand an der Universität Leipzig tätig. Seine marktpsychologische Dissertation (Thema: Nachfrageinduzierte Verbundeffekte) wurde mit dem Prädikat „magna cum laude“ ausgezeichnet.

Dr. Godbersen zeichnete für zahlreiche Projekte der Marketing- und Strategieberatung sowie der Marktforschung verantwortlich. Er arbeitete u.a. als Consultant für TNS Infratest, war Leiter Marketingforschung der Forschungsgruppe Medien und selbstständiger Unternehmensberater. An der Hochschule für Angewandte Wissenschaften St.Gallen verantwortete er u.a. das KTI-Forschungsprojekt BrandingStar.

Seit Juli 2009 ist Dr. Godbersen Managing Partner der ISG Integrated Strategy Group. Er verfügt über langjährige Erfahrungen in den Branchen Konsumgüter, Dienstleistungen, Banken, Medien und im B2B-Sektor.

Andreas Felder, Managing Partner Schweiz



Andreas Felder verfügt über mehr als zwanzig Jahre Marketing-erfahrung. Er war mehrere Jahre in verschiedenen Verkaufs- und Marketingfunktionen in der Luftfahrtindustrie im In- und Ausland tätig. Ab 1993 führte er als Product Group Manager in der Kosmetikbranche erfolgreich verschiedene internationale Marken. Nebenberuflich arbeitete er als Dozent für Marketing an der Kaderschule St.Gallen.

Seit 1998 ist Andreas Felder Teilhaber und Mitglied der Geschäftsleitung der GFS Communications AG, einer höchst erfolgreichen Kommunikationsagentur in St.Gallen. Seine Tätigkeit umfasst die Strategische Beratung seiner Klienten in Fragen der Corporate Identity, des Markenaufbaus und der Kommunikation.

Neben seiner Tätigkeit als geschäftsführender Gesellschafter der GFS Communications fungiert Andreas Felder als Managing Partner der ISG. Er verfügt über einen fundierten Erfahrungsschatz in den folgenden Märkten: Tourismus, Öffentliche Hand, Banken / Finanzdienstleistungen, Hotellerie, Kosmetik und Hygieneprodukte sowie Business-to-Business.

Maximising the Return on Investment

Deutschland

ISG Integrated Strategy Group

Dr. Hendrik Godbersen

Lübecker Str. 2
D-31141 Hildesheim

T +49 5121 284 599
h.godbersen@integratedstrategy.eu

Schweiz

ISG Integrated Strategy Group

Andreas Felder

Sonnengartenstrasse 6
CH-9000 St.Gallen

T +41 71 228 40 66
a.felder@integratedstrategy.ch