

Erfolgsfaktor im Dienstleistungsmarketing – Personalpolitik



In den letzten Jahren hat sich das traditionelle Konsumgütermarketing zum Dienstleistungsmarketing entwickelt. Mit diesem Wandel reichten die bis dahin bekannten 4P (Product, Price, Place, Promotion) nicht mehr aus. Jetzt sind es 5P und eines davon ist ein wahrer Erfolgsfaktor für KMU-Kundenunternehmen: Personalpolitik (People).

Das Konsumgütermarketing bildete bis noch vor ein paar Jahren das Herzstück sämtlicher Aktivitäten im Marketingbereich. In der jetzigen Zeit steht vielmehr das langfristig ausgerichtete Dienstleistungsmarketing im Fokus. Ein optimales Marketing-Mix umfasst alle nachfolgenden 7 Elemente:

- **Produktpolitik (Product)** – beinhaltet Aspekte wie Produktgestaltung, Stil, Qualität, Verpackung, Größe, Markenname, Sortimentplanung sowie Service und Garantien
- **Preispolitik (Price)** – Preisbestimmung, Rabatte, Boni, Zahlungs-, Lieferungs- und Kreditbedingungen
- **Distributionspolitik (Place)** – Standorte, Außen- und Innendesign, Lagerhaltung, Transportmöglichkeiten, Absatzkanäle und –mittler,
- **Kommunikationspolitik (Promotion)** – Werbung, persönlicher Verkauf, Verkaufsförderung, Messen, Sponsoring, Veranstaltungen, PR
- **Personalpolitik (People)** – Personalkapazität, Qualifizierung des Personals, Schulungsbedürfnisse, Mitarbeitermotivation

Doch warum ist Personalpolitik ein so wichtiger Erfolgsfaktor? – Ihre Mitarbeiter sind für Ihr Unternehmen von zentraler Bedeutung! In der Welt der KMUs sind Ihre Mitarbeiter oftmals das einzige Element, das Ihr Unternehmen von dem der Konkurrenz unterscheidet.

Soziale und wirtschaftliche Prozesse sind im Grunde untrennbar. Sind Ihre Mitarbeiter zufrieden, hat dies ohne Frage Auswirkungen auf Ihr Unternehmen: gesteigerte Produktivität und höhere Leistungen, kreativere Ergebnisse in Entwicklung und Forschung, sinkende Betriebskosten. Dies ermöglicht es Ihnen, schneller und effizienter auf die Veränderungen am Markt reagieren zu können. Eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit äußert sich auch in der geringen Anzahl der Fehlzeiten und Krankheitstage.

Wie findet man den optimalen Marketing-Mix?

Um eine gelungene Mischung des Marketing-Mix zu gestalten, müssen die ersten 5 Voraussetzungen klar definiert sein, damit Schritt Nummer 6 effektiv angewendet werden kann:

- 1) Management-Fokus
- 2) Geschäftsdefinition
- 3) Portfolio-Management
- 4) Marktsegmentierung
- 5) Marketing-Strategie
- 6) Marketing-Aktivitäten

Des Weiteren werden zufriedene Mitarbeiter gerne Ihrem Unternehmen zugehörig bleiben. Somit wird Mitarbeiterfluktuation vermieden und Sie sind in der Lage, hochqualifizierte Mitarbeiter langfristig an Ihr Unternehmen zu binden.

Wenn Sie mehr über den strategischen Unternehmensaufbau und die Planung Ihrer Marketingaktivitäten erfahren möchten, das **BEI TRAINING**[®] Seminar **BYB** (Building Your Business[®]) behandelt diese Themen ausführlich.

Zitat des Monats:

„Marketing ist die Kunst Chancen aufzuspüren, sie zu entwickeln und davon zu profitieren.“

(Philip Kotler)

Seminarplan 2010 (Auszug)

Seminar „Strategische Unternehmensplanung“ (BYB)

Teil 1 Mo. 25. + Di. 26.01.2010

Teil 2 Mo. 01. + Di. 02.02.2010

Teil 3 Mo. 15. + Di. 16.02.2010

Workshop „Standortbestimmung für Unternehmer“ (ESW)

Di. 09.02.2010

Di. 23.02.2010

Seminar „Kundenorientierte Dienstleistung“ (CFS) in Bremen

Teil 1 Do. 18.02.2010

Teil 2 Do. 25.02.2010

Veranstaltungshinweis

FJU-Vortrag „Guerilla-Marketing“
 Mo. **22.02.2010** 19 Uhr
 im Aspria Hannover am Maschsee

Anmeldung/Fragen: 0177 205 3102



Dipl.-Kaufmann (FH)

Martin Ledvinka

BEI TRAINING Hannover-Süd

Optimo Potenzialentwicklungsges. mbH

Göttinger Chaussee 115

30459 Hannover

T: 0511 6960 41718

F: 0511 6560 7006

E: martin.ledvinka@bei-training.de

W: www.bei-training.de/hannover-sued