

Marketing-Frühjahrsputz

Einige Fragen an den Chef

Fensterputzen

Klare Sicht von Innen nach Außen?

Kennen Sie die wichtigen Spieler in Ihren Märkten und erreichen Sie diese auch wirklich? Wie gut sind Ihre Mitarbeiter über die Ziele und die Lage des Unternehmens informiert?

Der Blick von Außen ins Unternehmen?

Wird klar, welche Rolle Ihr Unternehmen im Markt spielt? Wie sieht es mit Ihrer Website aus – ist sie noch aktuell? Und Ihr Ranking bei den Suchmaschinen – werden Sie von der Zielgruppe gefunden?

Teppiche ausklopfen

Staub entfernen

Wie melden sich Ihre Mitarbeiter am Telefon? Verwenden alle Mitarbeiter die gleiche E-Mail-Signatur? Erfährt man etwas über Sie in den Social Media?

Farben auffrischen

Es wird Zeit für neue Kampagnen passend zur aktuellen Unternehmensstrategie. Wie lange liegt Ihre letzte Success-Story in der Fachpresse zurück? Wird es nicht mal Zeit, ein neues Anzeigen-Layout zu gestalten?

Schränke ausräumen, putzen, neu einräumen

Ordnung wieder herstellen

Wie aktuell sind die Inhalte Ihrer Unternehmenskommunikation? Sind Ihre Einträge auf Online-Portalen auf dem neuesten Stand? Sind Sie sicher, dass alle mit Außenkontakt mit „gleicher Zunge“ sprechen?

Strukturen neu ordnen

Ist Ihnen klar, über wie viele Kanäle Sie Ihre Zielgruppen erreichen können und nutzen Sie diese auch in geeigneter Weise? Wie viel werden Sie dieses Jahr in Ihre Unternehmenskommunikation investieren?

Regale abstauben und Platz schaffen

Was wird noch gebraucht?

Nehmen Sie nur aus lauter Gewohnheit an bestimmten Messen teil? Ist der Kugelschreiber wirklich das passende Werbegeschenk für Ihr Unternehmen? Sollten Sie die alte Broschüre nicht besser entsorgen?

Kleider lüften

Der alte Mief muss raus

Trifft der derzeitige Unternehmens-Slogan wirklich noch den Nagel auf den Kopf? Was gehört nicht mehr in Ihre Powerpoint-Präsentationen hinein?

Fußböden putzen

Ablagerungen entfernen, neuen Glanz aufbringen

Wie sehen Ihre Drucksachen aus? Ist alles im aktuellen Corporate-Design gestaltet, stimmen die Inhalte noch? Wann haben Sie zuletzt mit Mitarbeitern über Fragen des Marketing gesprochen? Haben Sie einmal an Trainings und Seminare für Ihre Leute gedacht?