



Businessplan Seminar

Projektarbeit: Freies Marketing

Dozent: C.H. Stollberg

Verfasser: Jens Kaufmann

Gliederung

1. Zielsetzung
2. Analyse
3. Marketingansatz
4. Vorgehensweise
5. Zusammenfassung
6. Abschlussbemerkung
7. Über mich

1. Zielsetzung

Es soll ein Konzept erstellt und umgesetzt werden um das Unternehmen „Stone“, ein Modegeschäft im Zentrum von Ilmenau an der Technischen Universität bekannter zu machen.

2. Analyse

Zu erwähnen ist, dass das Geschäft „Stone“ zusammen mit dem Geschäft „Kinderkiste“ eine Unternehmung bildet.

Marketing:

- Es ist kein einheitliches CI vorhanden.
- Es wird mit dem bestehenden Werbekonzept keine Zielgruppe direkt angesprochen.
- Es ist kein Studentengerechtes Angebot vorhanden.



Standort:

- Die Konkurrenz besteht aus Franchise- und Einzelhandelsfirmen in unmittelbarer Nähe.
- Das Geschäft ist von der Straße aus nicht gut sichtbar.

Werbung:

- Ein Logo ist vorhanden.
- Zeitungsanzeigen werden unregelmäßig gesetzt.
- Das Internetangebot beläuft sich bloß auf eine Infoseite der Stadtinformation.

3. Marketingansatz

Eine kurze mündliche Umfrage unter 50 Kommilitonen ergab das keiner das Geschäft kennt.

Die Konkurrenz kann weitestgehend kein studentisches Angebot vorweisen. Hier soll nun ein Vorteil geschaffen werden.

Print- u. Digitalmedien sollen als Werbemaßnahmen Kunden locken.

4. Vorgehensweise

Flyer:

Ein Flyer wurde erstellt. Er soll modern wirken und Studenten ansprechen. Nach dem Prinzip: „Weniger ist mehr“ wurde der Flyer schlicht und einfach gehalten. Dem Leser soll sofort die Homepage, das Logo und auf der Rückseite der neue Studentenrabatt ins Auge fallen.



Es wurde zusätzlich ein Flyer für das Geschäft „Kinderkiste“ erstellt.

Bei einem Druckauftrag kann so versucht werden einen Mengenrabatt bei der Druckerei zu erhalten.



Zeitungsanzeigen werden meiner Meinung nach nicht genügend Kunden locken um die hohen Kosten solcher Anzeigen zu rechtfertigen. Zudem ist der Werbemarkt (speziell Zeitungsanzeigen) sehr überfüllt. Eine kleine Anzeige würde zu wenig auffallen

Internet:

Da die Kosten für eine durch ein Webstudio erstellte Homepage weit über 1000 Euro liegen würden, kam diese Art der Onlinewerbung für die zwei Geschäftsführerinnen bis jetzt nicht in Frage. Dies soll nun geändert werden.

Eine Homepage mit Onlineshop kommt jedoch nicht in Frage. Da die Pflege einer solchen Homepage die finanziellen Möglichkeiten des Geschäftes weit übersteigt.

So wird eine informative Homepage über das Unternehmen erstellt.

Bei der Homepagekonzeption wurde das Design so angelegt das man den Laden sofort als Jeansladen identifizieren kann.

Die Homepage soll unter der Adresse

www.stone-ilmenau.de

im Internet veröffentlicht werden.

5. Zusammenfassung

Schwerpunkt: Konkurrenz

Gegenüber der Konkurrenz kann mit einer auf Rabatt basierenden Preispolitik ein Vorteil entstehen.

Schwerpunkt: Internet

Da die direkte Konkurrenz nur aus 1.) Franchise-Unternehmen, die nur auf eine allgemeine Internetseite des Franchisegebers zurückgreifen können und 2.) aus kleinen privaten Unternehmen, die keine eigene Homepage haben, besteht, entsteht hier ein eindeutiger Vorteil.

Schwerpunkt: Direktwerbung

Direktwerbung von Unternehmungen auf den Campus mittels Flyerverteilung ist nicht gestattet. So sollen Flyer einerseits...

...direkt in Briefkästen auf den Campus verteilt werden. Andererseits werden die Flyer in verschiedenen anderen Geschäften (z.B. Bäcker, Café, Tankstelle) verteilt, bei denen Studenten überwiegend anzutreffen sind.

Schwerpunkt: Standort

Das Problem, dass das Geschäft von der Straße aus nicht gut sichtbar ist, kann sehr leicht durch Aufstellung eines Kundenstoppers behoben werden.

6. Abschlussbemerkung

Die Zusammenarbeit mit dem Geschäft „Stone“ war im allgemeinen sehr gut. Die Geschäftsführerinnen waren offen für neue Ideen und auch bereit diese durchzuführen. Mein Flyer und Homepagedesign kam sehr gut an und wird demnächst gedruckt bzw. im Internet publiziert. Mit einer Festhaltung an der Zielgruppe und gezielter Werbung wird der unternehmerische Erfolg langfristig nicht ausbleiben.

7. Über mich

Name: Jens Kaufmann

Geb.: 08. März 1984

Bildung: Fachabitur (Englisch und
Gestaltungstechnik)

Derzeit: Student an der TU-Ilmenau;
Medienwirtschaft, Matrikel 05



Nebenbei helfe ich bei der Erstellung von Print & Digitalmedien in verschiedenen Firmen aus. Mein eigentliches Fachgebiet ist aber Eventmanagement. Ich organisiere selbstständig mehrere regionale Events und manage verschiedene Musikgruppen.

Ich mache das Businessplan Seminar weil ich nach dem Studium ein Eventmanagement & Werbebüro gründen will. Das Seminar hilft mir grundlegendes Wissen über Existenzgründung zu gewinnen. Das Projekt „Freies Marketing“ gefällt mir sehr gut. Es gibt mir die Chance mein Wissen praktisch anzuwenden.