



RÜCKBLICK WORKSHOPREIHE 2

„MACHE DEIN UNTERNEHMEN EINZIGARTIG“

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





Das Geschäftsmodell als Erfolgsrezept

15. Juni 2021

Ulrike Kriegsch

Getrieben durch



w aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





- Geschäftsmodell: Was ist darunter zu verstehen?
- Business Modell Canvas: Methode zur Beschreibung, Visualisierung, Bewertung und Veränderung von Geschäftsmodellen
- Inhalte Canvas: Kundensegment, Wertangebote, Kanäle, Kundenbeziehung, Einnahmequellen, Schlüsselressourcen, Schlüsselaktivitäten, Schlüsselpartner, Kostenstruktur
- Einordnung Geschäftsmodelle: Entflechtungsmodell, Long Tail, Multi-sided Platforms, Free, Open Business → unterschiedliche Gestaltung von Geschäftsmodellen
- Design-Techniken: Customer Insights, Ideenbildung, visuelles Denken, Prototypen, Geschichten erzählen, Szenarios

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





Feedback:

„Sehr gut war die parallele Verschriftlichung /Vertiefung im Chat.“

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





WEITER SO ODER GANZ ANDERS?

POSITIONIERUNGSSTRATEGIEN ZWISCHEN BEWÄHRTEM UND INNOVATION

22. Juni 2021

Renate Knapp

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





- Strategisches Management: Analyse, Planung, Umsetzung, Kontrolle (bestimmt die grundlegende Entwicklungsrichtung eines Unternehmens)
- SWOT-Analyse: Kombination der internen Faktoren (Stärken und Schwächen) mit den externen Faktoren (Chancen und Risiken) ermöglicht eine ganzheitliche Strategie
- Strategie-Entwicklung: SO (ausbauen), WO (Defizite ausgleichen), ST (Risiken minimieren), WT (Maßnahmen ergreifen)
- Produkt-/Projektlebenszyklus: Einführung, Wachstum, Reife, Sättigung, Rückgang (Herausforderung: Sättigung → Neuorientierung / Bewahrung / Rückgang)
- Meine Positionierung: Was ich gut kann + Was ich gerne tue + Marktpotenzial

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





EINZIGARTIG ZUM ERFOLG: MARKENAUFBAU UND PERSONAL BRANDING

28. Juni 2021

Renate Knapp

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





- Definition Marke (Markierung, Qualitätsversprechen, Markenführung, Orientierungshilfe, Vertrauensbildend)
- Marke hat in der relevanten Zielgruppe einen nachhaltigen Erfolg durch Erfüllung der Kund*innen-Erwartungen (B2B oder B2C)
- Neuromarketing: Framing-Effekt (schnelle Wirkung, massive Beeinflussung, indirekt)
- Wahrnehmung und Decodierung: implizite Bedeutung und Belohnung
- Kundensegmente (wer sind meine wichtigsten Kund*innen?) + Wertangebot (welchen Wert vermittele ich meinen Kund*innen?) + implizite Belohnung (welche Belohnung ist für meine Kund*innen wichtig?)
- Alleinstellungsmerkmal (USP): Nutzenversprechen, kompetitiv, attraktiv, Kernbotschaft → was machst Du besser, schöner und relevanter als der Wettbewerb?
- Personal Branding: Personenmarke, sichtbar und wiedererkennbar, Alleinstellung, Entwicklung und Beschreibung, Veröffentlichung

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





Feedback:

„Sehr professionell, vielen Dank!“

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





VON DER ZIELGRUPPE ZUM WUNSCHKUNDEN:

MIT DER PASSENDEN STRATEGIE KUNDEN WIRKSAM ERREICHEN

13. Juli 2021

Monika Schwab

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt "AUF - mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen" wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative "Unternehmensnachfolge - aus der Praxis für die Praxis" gefördert.





- Meine Zielgruppe: Wer ist das? Warum ist es wichtig, sie zu kennen? → Die Analyse der Zielgruppe ist die Basis für jede Vertriebs- und Marketingstrategie
- Zielgruppe Merkmale: demographisch, Kernthemen identifizieren, Bedürfnisse erkennen, Vorlieben und Abneigungen kennen, Sprache und Rituale kennen
- Segmentierung: demographisch, psychographisch, geographisch, Kaufverhalten
- Kunden-Personas: fiktive, verallgemeinerte Darstellung des idealen Kunden → hilft, Kund*innen besser zu verstehen und Inhalte gezielt zuzuschneiden
- Personas definieren: Merkmale und Eigenschaften herausfinden (durch Interviews, Social Media, Datenbanken, Feedbacks)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.





- Positionierung: die Positionierung des Unternehmens ist zusammen mit der Definition der Kunden-Persona die Grundlage für eine wirkungsvolle, zielgerichtete Marketingstrategie → Fokus auf Kernthemen → Lösungen anbieten
- Welcher Zielgruppe kann ich mit meiner Expertise am besten helfen? Was sind die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe? Mit welcher Zielgruppe macht mir die Arbeit am meisten Spaß?
- Marketingstrategie: auf unterschiedliche Personas abstimmen (Sprache, Bilder, Farben, Auswahl der Medien, Kommunikation der Werte/Vision/Emotionen)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt „AUF – mobile Akademie Unternehmensnachfolge für Frauen“ wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen der Initiative „Unternehmensnachfolge – aus der Praxis für die Praxis“ gefördert.

