

5 Schritte Ihr Produkt erfolgreich am Markt zu etablieren

Ihr Produkt am Markt zu etablieren erfordert außergewöhnliche Produktkenntnisse, Kreativität, Beharrlichkeit und Energie. Diese fünf Schritte können mit niedrigen oder keinen Kosten getätigt werden. Nun, in einigen Fällen ist Ihr "Produkt" Sie selbst! Sind Sie ein Energethiker? Erfolgs Coach? Entertainer? ... Dann nutzen Sie diesen 5 Schritte Plan um in kürzester Zeit Ihr Produkt auf den Markt zu bringen.

1. Kreieren Sie einen Marketing-Plan

Ein ausgezeichneter Marketing-Plan ist grundlegend und dient als Vorlage für den Erfolg Ihres Geschäfts. Beginnen Sie damit sich davon zu überzeugen, dass für Ihr Produkt ein Markt existiert. Viele übersehen das und begehen einen der teuersten Fehler in Ihrem Leben. Falls ein Markt für Ihr Produkt existiert, besorgen Sie sich die aktuellsten Marktanalysen. Machen Sie Ihre Recherchen online, in Ihrer örtlichen Bibliothek oder in Buchläden. Es gibt genügend Information und Literatur, die Ihnen helfen kann. Sprechen Sie mit Leuten aus Ihrer Branche.

Als nächstes machen Sie Ihre Hausaufgaben. Notieren Sie sich Ihre speziellen Ziele, Vorgaben und gewünschten Ergebnisse für Ihr Geschäft. Nachdem Sie das getan haben, können Sie Ihren Marketing-Plan erstellen. Vergewissern Sie sich, dass er folgendes enthält:

- Produktbeschreibung
- Zielmarkt
- Kundendemographie – Zielgruppen-Beschreibung
- Preis
- Wettbewerber
- Werbung - Werbemittel
- Reklame - Umsetzung
- Prozentualer Profit
- Produkt-Garantien
- Produkt-Zuverlässigkeit
- Budget

2. Setzen eines Starttermins

Wann ist der genaue Termin, dass Ihr Produkt im Regal, vor einem Publikum oder online ist? Schreiben Sie es nieder. Ihr Starttermin gibt Ihnen nicht nur ein Ziel vor, er hilft Ihnen selbst gegenüber verantwortlich zu bleiben. Ihr Starttermin ist Ihr Debüt, Ihre große Eröffnung. Es ist der Tag an dem Ihre Kunden sich vor Ihrem Geschäft drängen, um die ersten zu sein beim Kauf Ihres Produkts. Sei es nun im Internet oder auf der

Straße.

Der Starttermin wird üblicher Weise so weit nach vorne verlegt, dass Sie genügend Zeit für Ihre Marketing-Kampagne haben. Beginnen Sie Ihre Marketing-Kampagne mindestens 6 Monate vor Ihrem Starttermin. Alles was kürzer angesetzt ist, würde Ihre Bemühungen und Erfolge nur beeinträchtigen. 6 Monate oder länger erhöht die Wahrscheinlichkeit für eine gute Vorschau, Überprüfung und Ankündigung. Arrangieren Sie Radio-Telefon-Interviews und persönliche Auftritte in örtlichen Radio- und TV-Sendern.

3. Arbeiten Sie mit einem Business Coach oder einer unterstützenden Gruppe

Jeder kann von der Führung und Unterstützung profitieren, während das Produkt im Markt eingeführt wird. Ein Business Coach oder eine unterstützende Gruppe kann Ihnen helfen Ihr Ziel zu erreichen. Sie können von den Erfahrungen und dem Wissen anderer profitieren. Diese Ressourcen können Ihnen auch dabei helfen Ihnen selbst gegenüber verantwortlich zubleiben die täglichen Ziele und Vorgaben zu erreichen. Die vorrangigen Ziele beinhalten die Hilfe zu wachsen und im Geschäft zu bleiben. Sie können sich einmal die Woche, einmal im Monat oder sogar nur einmal im Quartal treffen. Sie entscheiden!

4. Handeln Sie jeden Tag

Diese Taktik erfordert Disziplin und darf nicht vernachlässigt werden. Sie müssen jeden Tag etwas dazu beitragen, dass Ihr Produkt auf den Markt kommt. Verwenden Sie zur Werbung sowohl Online- als auch Offline-Ressourcen. Gehen Sie aus, etablieren Sie ein Netzwerk und knüpfen Sie Geschäftsbeziehungen in Ihrer Gemeinde. Treten Sie dem Wirtschaftsbund, der Jungen Wirtschaft etc. bei. Sondieren Sie Ihre Marktnische durch das Internet. Seien Sie kreativ, verwegen und hartnäckig. Greifen Sie zum Telefon und erzählen den Leuten über sich und wie Ihr Produkt deren Leben zum Besseren verändern kann.

5. Verkaufen, verkaufen, verkaufen ... !

Nicht ohne speziell für Sie ausgearbeiteter Strategie. Abhängig von Ihrem Produkt und dem Marketing-Plan werden Sie sich zuerst darauf konzentrieren Ihr Produkt an Einzelpersonen zu verkaufen, später an kleinere Firmen. Wenn Sie Ihre Ziele erreicht haben, können Sie dazu übergehen Ihr Produkt durch Einzel- oder Großhändler zu vertreiben. Business-To-Business Vermarktung ist die Grundlage für den Erfolg vieler Produkte. Todd Mogren, ein erfolgreicher Internet-Marketeer meint dazu: "Wir haben anfangs an Einzelpersonen verkauft. Der Großteil unseres heutigen Wachstums kommt mittlerweile vom Firmen wie IBM, UCLA und Ford."

Verweisen Sie auf die niedrigen Kosten und die Vorteile Ihres Produkts. Zerlegen Sie den Preis in sein kleinstes Inkrement und machen Sie den Vorteil klar:

"Kaffeegenuss erlesenster Qualität frei Haus geliefert für unter 80 Cent am Tag."

Sie sehen was gemeint ist?

Falls Ihr Produkt mit der Post oder Botendienst zugestellt wird, sollten für Verpackung und Versandt so wenig Kosten wie möglich anfallen. Erfragen Sie sich die günstigsten Versandoptionen ...

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zu Verfügung, bitte kontaktieren Sie uns über diesen [Link](#) oder schreiben Sie an

Desiderata – Das Netz

Eibenstrasse 18

A-4600 Wels, Austria

+43 (0)699 811 26 352

<http://www.desiderata.at/>