

# **MAGNET-Marketing**

## **Erfolgsregeln für die Märkte der Zukunft**

von Alexander Christiani, Christiani Unternehmer AG, Starnberg

**“Die Zukunft ist langsam - sie kommt mit einer Rate von nur 24 Stunden am Tag.” Mit diesem Mantra scheinen sich viele Unternehmer zu beruhigen, wenn Sie an die Märkte der Zukunft denken. Auch, wenn die Zukunft nur mit einer Geschwindigkeit von 24 Stunden am Tag kommt: solange die technische Entwicklung weitergeht, werden wir allabendlich schlafen gehen mit Innovationen, die es beim Aufstehen noch nicht gab. Und dieser technische Fortschritt wird jeden Tag dazu führen, dass die Bedürfnisse irgendwelcher Menschen besser, schneller oder preiswerter befriedigt werden können: wer die Lücke zwischen dem, was morgens noch nicht ging und dem, was abends geht, als erster schließt, der gewinnt.**

Um erfolgreich zu bestehen, sind die Trends der Wirtschaft von morgen gefragt. Und Verbraucher können frohlocken. Der Markt von morgen wird immer mehr zu einem transparenten Kundenparadies.

### **Die sieben Trends des Kundenparadieses**

1. Der Kunde hat heute in immer mehr Branchen immer öfter die Gelegenheit, seine Einkäufe 24 Stunden am Tag zu erledigen - und das an sieben Tagen in der Woche, Weihnachten und Ostern eingeschlossen.
2. Kunden erwarten, dass wichtige Produkte und Dienstleistungen überall vorzufinden oder zumindest durch die neuen Medien von überall zu ordern sind.
3. Unternehmen gewinnen mit der schnelleren oder sofortigen Lieferung Ihrer Produkte und Dienstleistungen einen erheblichen Wettbewerbsvorsprung.
4. Kunden erwarten individuelle und maßgeschneiderte Lösungen - vor allem auf dem Dienstleistungssektor.
5. Der Trend zu intelligenten Produkten und Angebotsfiltern wird sich ganz dramatisch verstärken.

6. Viele Unternehmen bieten durch eine Produkt- und Dienstleistungs-Kombination einen erheblichen Mehrwert.
7. Die Entwicklung des globalen Gesamtmarktes der Zukunft ist gekennzeichnet durch eine ständige Steigerung der Transparenz von Märkten und der Kundenerwartungen.

### **Die Märkte von morgen – Unternehmerhölle oder Unternehmerhimmel?**

Es braucht nicht viel Phantasie, um sich die Welt von morgen als Unternehmerhölle vorzustellen. Das Märchen von der arbeitsplatzvernichtenden Technik, die uns alle fertig macht, haben wir alle von Deutschlands Schwarzsehern gelernt: Wissen Sie noch wie die Schallplattenindustrie in einem Jahr ratzfatz von der CD-ROM pulverisiert wurde? Wenn die Märkte von heute einer regennassen Straße ähneln, dann sind die von morgen spiegelblankes Eis. Wer dann immer noch mit Ledersohlen unterwegs ist, wird auf die Nase fallen. Die Frage ist übrigens nicht, ob Ledersohlen auf Glatteis fair sind oder nicht. Die Frage ist lediglich, ob Ledersohlen auf Glatteis eine clevere Fußbekleidung darstellen. Wer bei Glatteis als ers-

ter auf Schlittschuhe umstellt, kann um Ledersohlenträger Pirouetten drehen!



*Alexander Christiani zählt als Europas Top-Experte für Verkauf und Persönlichkeit zu den gefragtesten Beratern führender Spitzenkräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft und Sport. Sein eigener und der Erfolg seiner Kunden beweisen es: Berufliche Spitzenleistung ist untrennbar mit persönlichem Wachstum, Balance aller Lebensbereiche, Flexibilität und Offenheit verbunden.*

### **Die Ressourcen der Zukunft – die “World of G.I.V.E.”**

Geht es um die Wirtschaftsperspektiven von morgen, gilt einmal mehr: Die Wertschöpfung in der Welt von morgen hängt immer weniger von

natürlichen Ressourcen ab. In der Welt von morgen erfolgt Wertschöpfung immer öfter mit den Ressourcen der "World of G.I.V.E.®": Nämlich in den Dimensionen von Geschwindigkeit, Information, Vernetzung und Emotion.

#### Ressource Nummer 1: Geschwindigkeit

Geschwindigkeit ist unsere Eintrittskarte in die hochfrequenz-getaktete Wirtschaft von morgen. Wer seinen Kunden durch prompte Lieferung den emotionalen Zusatznutzen des "I like Genuss sofort" bieten kann, hat einen entscheidenden Marktanteil. Und wer die immer kürzeren Marktlücken besetzt, verschafft sich einen kaum mehr aufholbaren strategischen Vorsprung. Doch höheres Tempo bringt uns nicht nur mehr, sondern es fordert uns auch stärker: Mehr Kompetenz, leistungsfähigere Systeme und eine geschwindigkeitsbejahende Einstellung sind der Schlüssel. Die konkrete Handlungsanweisung für Sie: Sagen Sie emotional „Ja“ zur Geschwindigkeit und erreichen Sie durch intelligente Änderungen in Ihrem System eine möglichst geringe Dauer vom Informationsfluss und von Entscheidungszeiten, eine Verringerung der Produktionszeiten und eine Beschleunigung von Innovationen und deren Umsetzung.

#### Ressource Nummer 2: Information

Wir alle wissen, dass die Regeln der Informationsökonomie deutlich anders sind als die der Güterökonomie. Wir haben gelernt, dass in der Güterökonomie der Verkäufer eines Gutes nicht Eigentümer bleibt, während eine Information dem Veräußerer nach wie vor gehört. Wir wissen, dass Güter nur zu Herstellkosten reproduzierbar sind (da kommt nicht nur bei Häusern und Autos so einiges zusammen), während Informa-

tionen fast kostenlos reproduziert werden können. Uns ist bekannt, dass sich Gegenstände abnutzen, Informationen dagegen nicht (sie können jedoch veralten). Güter sind an einem bestimmten Platz, Informationen sind jedoch überall und nirgends. All das wissen wir. Aber haben wir es kapiert? Arbeiten und leben wir nach diesen Erkenntnissen? Information ist die Ressource, die unsere Märkte neu strukturiert. Immer mehr Menschen haben durch die neuen Medien Zugang zu hochwertigen Informationen. Kunden sind immer besser informiert und Produkte und Dienstleistungen werden daher immer öfter gekauft und immer seltener verkauft. Die konkrete Handlungsanweisung für Sie: Nutzen Sie Ihr Know-how und bieten Sie dem Kunden - auch über das Internet - Informationen, werden Sie zum Wissensnavigator und sparen Sie dem Kunden damit Zeit. Oder verwandeln Sie Ihr Know-how direkt in ein Produkt und machen es damit zu Kapital.

#### Ressource-Nummer 3: Vernetzung

Heute bietet das Internet mit seinen Foren und Chat-Rooms eine kaum noch überschaubare Vielfalt, um diejenigen zu finden, die exakt auf einer Wellenlänge liegen. Das Prinzip der zunehmenden Vernetzung unserer Welt enthält eine trostreiche Botschaft für alle Experten, die Ihren Kunden echten Nutzen bringen: Je besser das Informations- und Kommunikationsnetzwerk, um so leichter und preiswerter verbreitet sich der Expertenstatus. Die konkrete Handlungsanweisung für Sie: Schaffen Sie Ihre Ab-Teilungen ab und betreiben Sie eine effektive Vernetzung nach innen genauso wie nach außen. Dann können Informationen und Emotionen fließen.

#### Ressource Nummer 4: Emotion

Im Informationszeitalter gilt, Informationen sind wichtiger als Kapital. Im Emotionszeitalter gilt, Emotionen - und die Storys, die sie transportieren - sind wichtiger als Informationen. Die konkrete Handlungsanweisung für Sie: Je perfekter (=der Erlebniswert sinkt ab) Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung ist, umso wichtiger ist eine Story, die Sie darum spinnen müssen. Ein Beispiel dazu: An einem Punkt, an dem Motorräder von der Entwicklung her keine Quantensprünge mehr zuließen, hat es Harley Davidson perfekt verstanden, aus einem Fortbewegungsmittel von A nach B (Information) ein Lifestyle-Konzept (Emotion) zu entwickeln. Lassen Sie uns deshalb festhalten: Die besten Marken sind diejenigen, die ihre Kunden emotional an sich binden. Die besten Verkäufer sind die, die ihre Kunden emotional an sich binden. Die wichtigste Komponente beim Kundenservice ist Emotion. Gleichgültig, was wir tun, um unsere Kunden zufrieden zu stellen, entscheidend ist das Gefühl, das wir ihnen vermitteln.

### **Die Wirtschaft auf dem Weg zur Erlebnisindustrie**

Wirtschaftlicher Fortschritt bedeutet, dass wir bereit sind, Geld für etwas zu bezahlen, das früher kostenlos war. So ungewöhnlich diese Perspektive auch sein mag, was auf den ersten Blick wie ein Rückschritt erscheint, entpuppt sich bei näherem Hinsehen jedoch als zentraler Fortschritt, für den einzelnen Kunden genauso wie für die gesamte Wirtschaft. Vor unser aller Augen haben wir eine Entwicklung, die sich vollzieht, von vielen aber noch gar nicht zur Kenntnis genommen worden ist. Der Trend zur Entwicklung eines neuen wirtschaftlichen Angebotes. Denn wirtschaftlicher Fortschritt und

wachsender Wohlstand können uns tatsächlich motivieren, Geld für Dinge zu bezahlen, die früher kostenlos waren, weil wir damit einen emotionalen Mehrwert verbinden.

Kommt jetzt die nächste Stufe der wirtschaftlichen Evolution - die Erlebniswirtschaft? Wird es weitergehen mit Wachstum und der Aufrechterhaltung unseres Wohlstandes? Wird sich die Wirtschaft wieder einmal neu erfinden? Mit neuen Branchen und neuen Chancen und Millionen Dienstleistern, die freigesetzt werden, um in der Erlebniswirtschaft aktiv zu werden? Die Antwort heißt Ja! Denn die Fakten sprechen eine eindeutige Sprache: Die Erlebniswirtschaft steht nicht länger vor unserer Tür, sie ist schon längst - und für viele von uns unbemerkt - eingetreten. Es ist Zeit, dass wir sie begrüßen, willkommen heißen und ihre Chancen zu unseren Chancen machen.

## **Die 6 Magnetmarketing-Strategiegesetze**

In den transparenten Märkten von morgen werden nur diejenigen Unternehmen erfolgreich sein, die es schaffen, einen Expertenstatus aufzubauen. Es gilt, einen Nachfrage-Sog für Produkte und Dienstleistungen zu schaffen. Sechs Magnetmarketing-Gesetze weisen Unternehmen den Erfolgsweg.

### 1. Kräftekonzentration

Viele Unternehmer machen von allem etwas, aber nichts richtig! Die physikalische Grunderkenntnis: Je kleiner das Feld, auf das ich meine Energie konzentriere, umso größer die Wirkung! ist für Unternehmer überlebenswichtig. Wir alle sind in unseren Kräften begrenzt. Wir alle verfügen nur über ein beschränktes Maß an Zeit, Energie, Finanzen, Manpower, Know-how und anderen

Ressourcen. Und je größer die Bandbreite des Fach- und Geschäftsgebietes ist, das wir abdecken, um so weniger Durchschlagskraft können wir entwickeln. Deshalb: Konzentrieren Sie sich auf Ihre Talente und Begabungen! Schaffen Sie sich eine Marktnische, in der Sie sichtbar besser sind als alle anderen!

### 2. Intelligente Spezialisierung

Unterschätzen wir nicht die Verteidigungsstrategien unseres Unterbewusstseins, dass uns davon zurückschrecken lässt, einen Expertenstatus aufzubauen. Eine der bewährtesten Bremsen-Strategien ist dabei die Angst. "Und was passiert, wenn ich mich auf das Falsche spezialisiere?" Gleichgültig, wie sehr ein Verfahren oder eine Technik heute "in" ist, es wird der Tag kommen, an dem diese Technik oder dieses Verfahren durch ein neues, leistungsfähigeres Verfahren abgelöst wird. Und bei der Dynamik des technischen Fortschritts werden die Lebenszyklen von Techniken und Verfahren immer kürzer: Die Strategieempfehlung heißt deshalb: Spezialisierung auf Grundbedürfnisse (ein wohlschmeckendes Frühstück), nicht auf Verfahren (die Herstellung von Brötchen).

### 3. Zielgruppenbesitzer werden

Der letzte Machtfaktor in einer Welt, in der die Produkte immer gleicher, immer leistungsstärker und immer billiger werden, ist Zielgruppenbesitz: Die meisten Märkte von heute und morgen sind durch ein Überangebot auf der Anbieterseite gekennzeichnet. Wer in solchen Märkten Kontakt zu denjenigen hat, die überhaupt noch kaufen wollen, ist King oder Queen. Wenn Sie noch irgendeine Motivationsspritze brauchen sollten, warum es jetzt an der Zeit ist, im "Noch-immer-Schlaraffenland-Deutschland" damit

anzufangen, zum Zielgruppenbesitzer zu werden, der sollte spaßeshalber seinen Vergleichsmarkt in den USA studieren. Nutzen Sie also den entscheidenden Vorteil, den Ihnen der deutsche Markt zur Zeit bietet.

### 4. Marktsegmentierung nach Kommunikationsgemeinschaften

Das vierte Magnet-Marketinggesetz bedeutet, dass wir unseren Markt und unsere Zielgruppe so bestimmen, dass sich aktive Mund zu Mund-Propaganda genau dort herumspricht, wo wir auch unsere neuen Kunden suchen. Die meisten Zielgruppen-Definitionen, auf die wir in unserer Consulting-Praxis stoßen, werden diesen Anforderungen nicht gerecht: "Unsere Zielgruppe sind Menschen, die als Verheiratete mindestens 75 000 Euro im Jahr verdienen und in den nächsten 10 Jahren weiterhin Einkünfte in gleicher Höhe erwarten" erläuterte mir einmal der Inhaber einer Firma, die sich auf Kapitalanlage-Immobilien spezialisiert hatte. So hilfreich das in der Theorie sein mag, so wenig hilft es Ihren Verkäufern. Kein Mensch lernt andere Menschen deswegen kennen, weil sie in der gleichen Einkommenskategorie sind.

### 5. Erster werden in einer neuen Kategorie

Wer Erster ist im Kundenkopf, genießt einen unschätzbaren Wettbewerbsvorteil. Fragen Sie sich also eindringlich: Bei welchen Zielgruppen kann ich einen prägenden Ersteindruck im Kundenkopf hinterlassen? Um im Kundenkopf Erster zu werden, gibt es mindestens vier erfolgversprechende Strategien:

1. Überlegen Sie, welche neuen und interessanten Zielgruppen für Ihren Markt in Betracht kommen, die mit Ihrer Branche noch überhaupt nicht in Kontakt gekommen sind.

2. Suchen Sie systematisch nach Zielgruppen, die andere aufgegeben haben.
3. Steigen Sie aktiv in die Betreuung von Zielgruppen ein, die von Wettbewerbern seit Jahren sträflich vernachlässigt werden.
4. Überholen Sie die Konkurrenz bei der Markteinführung auf dem Weg in den Kundenkopf – entscheidend ist nicht, wer als erster das neue Produkt hat, sondern wem es gelingt, dieses Nutzenangebot in den Köpfen seiner Kunden zu verankern.

#### 6. Der Bekanntheitsgrad als Expertenvermutung

Die meisten Experten sind sehr bekannt. Unser Gehirn ist deswegen leicht geneigt, vom Bekanntheitsgrad eines Menschen vorschnell auf seinen Expertenstatus zu schließen – auch, wenn das eine mit dem anderen nichts zu tun hat. Es ist gut, ein wahrer Experte zu sein. Und es ist noch besser, einen Bekanntheitsgrad zu genießen, der in anderen den Glauben an unser Universalgenie weckt. Wem es gelingt, bei gleicher Leistung einen höheren Bekanntheitsgrad zu erzielen, der hat im Wettbewerb die Nase vorn.

#### **Persönlichkeitsvoraussetzungen zum Aufbau des Expertenstatus**

Wie bauen Sie Ihren persönlichen Expertenstatus auf? Wie sieht Ihr Weg zu einem emotional erfüllten Leben mit immer neuen faszinierenden Lern- und Erfolgserlebnissen aus? Es ist hilfreich seinen Expertenstatus mit dem Rückenwind der eigenen Stärken zu entwickeln. Stärken bestehen aus Talenten – den natürlich auftretenden Mustern unserer Gedanken, Gefühle und Verhaltensweise, erworbenem Fakten- und Erfahrungswissen und er-

lernten und trainierten Skills – unserem Wissen über die Einzelschritte einer Aktivität.

Wir können unsere Talente mit Samen vergleichen: Wer Redetalent hat, kann unter günstigen Umständen ein großer Redner werden, genauso wie unter günstigen Umständen aus einer Eichel ein großer, stattlicher Baum werden kann. Entdecken Sie ihre Talente, polieren Sie diese mit Wissen und Skills, nutzen Sie Ihre persönlichen Motivationsfaktoren und arbeiten Sie mit verteilten Kompetenzen in Erfolgsteams. So sind Sie unterwegs auf dem Weg zu Ihrem individuellen Erfolg!

#### **Stammkunden als Basis**

Wo lassen die meisten Unternehmen das Geld auf der Straße liegen? Wo erlauben sich viele Unternehmer sträflichen Leichtsinns und Nachlässigkeiten, die sie in anderen Bereichen ihrer Firma niemals durchgehen lassen würden? Wo lässt sich in den meisten Unternehmen mit dem geringsten Aufwand die größte Ertragssteigerung erzielen? Die Antwort lautet: in der Stammkundenbetreuung! Im Kampf gegen die tägliche Routinebelastung und die Tyrannei des Dringenden bleibt die Stammkunden-Betreuung eines Unternehmens oft auf der Strecke. Dass die exzellente Betreuung unserer guten Kunden wirtschaftlich höchst sinnvoll ist, leuchtet ein, denn Stammkunden sind für ein Unternehmen das, was Politiker ihre Hausmacht nennen: Die solide Basis, von der wir ausgehen, um neue Märkte und neue Zielgruppen zu erobern. Betreiben Sie systematisches Kontaktmanagement und nutzen Sie Ihr Wissen über das Verhalten Ihrer Kunden, um ihnen ein maßgeschneidertes Angebot bereiten zu

können, dessen Nutzenvorteil diese an Sie bindet.

#### **Networking - Der Aufbruch zu neuen Kunden**

Sind Sie schon Profi-Netzwerker? Ist Ihnen Networking – wie die Amerikaner es nennen – schon in Fleisch und Blut übergegangen? Haben Sie es schon zu Ihrer Lebensphilosophie gemacht? Die wichtigste Voraussetzung dafür, dass Networking zum Erfolg wird, ist sogar vielen selbsternannten Networking-Experten nicht bekannt. Sie lautet: Erfolgreiches Networking setzt einen Expertenstatus für eine bestimmte Zielgruppe voraus. Leistungsfähige Unternehmen, die selbst einen Expertenstatus haben, sind nur an der Kooperation mit anderen Experten interessiert. Deshalb noch einmal eindringlich die Frage: Verfügen Sie bei einer bestimmten Zielgruppe über einen Expertenstatus, der Sie für andere Unternehmen zu einem interessanten Networking-Partner macht?

Die gezielte Verbreitung Ihres Expertenstatus über Mund-zu-Mund-Propaganda, 'Education of the customer' oder professionelles Eventmarketing ist Ihre Eintrittskarte zu neuen Kunden und zu interessanten Networkingpartnern. Machen Sie sich auf die Suche nach innovativen, gewinnbringenden Kooperationsmöglichkeiten, bei einem Spaziergang mit offenen Augen durch Ihre Stadt könnten Sie bereits viele erfolgsversprechende Ideen gewinnen.

Deutschland ist – insbesondere im Vergleich zu den USA – immer noch ein Marketing-Paradies. Nutzen Sie die Spielregeln des Magnet-Marketing! Dabei wünsche ich Ihnen von Herzen all den Erfolg, den Sie sich erhoffen.

Zum Weiterlesen:  
Alexander Christiani  
"MAGNET-Marketing. Erfolgsregeln  
für die Märkte der Zukunft"  
Frankfurter Allgemeine Buch 2002  
ISBN 3-89843-055-3

Weitere Informationen zum  
Coaching- und Trainingsangebot:  
Christiani Unternehmer AG  
Maximilianstr. 9  
82319 Starnberg  
Tel. +49 (0)8151-26860-0  
Fax +49 (0)8151-26860-60  
EMail: [info@christiani-ag.de](mailto:info@christiani-ag.de)  
[www.christiani-ag.de](http://www.christiani-ag.de)