

Marketingkonzept mit Fokus Customer Journey und Marketingkommunikation

Studiengang: Dipl. Techniker/in HF Holztechnik

Vertiefung: Schreinerei/Innenausbau

Betreuerin: Prof. Birgit Neubauer Letsch

Experte: Markus Ladrach (OLWO AG)

Industriepartners: Meer AG, Bern; Raum Design Bienne SA, Biel

Marketing ist ein entscheidender Faktor für den Unternehmenserfolg. Da die Firma Raum Design in den vergangenen Jahren nur begrenzte Erfolge mit ihrem Marketing erzielen konnte, wurden in dieser Arbeit gezielte Marketingmassnahmen entwickelt und analysiert, um ein Konzept zur Unterstützung der Unternehmensentwicklung zu erarbeiten.

Ausgangslage

Die Raum Design Bienne SA mit fünf Mitarbeitern befindet sich in einer Phase grosser Veränderungen, da die Firma ab Juli 2024 einen neuen CEO bekommen hat und im Laufe des Jahres 2025 den Standort wechseln wird. Die neue Niederlassung wird ebenfalls in Biel sein. Da die Firma Raum Design über die Jahre an Glanz verloren hat, möchte die Geschäftsleitung zudem ihre Marketingstrategie überdenken. Hierzu wurde ein neues Konzept erarbeitet, das die zukünftige Entwicklung des Unternehmens unterstützt.

Zielsetzung und Abgrenzung

Das Ziel ist es, ein Marketingkonzept zu entwickeln zur Stärkung der Positionierung im Wettbewerbsumfeld, welches für Raum Design realistisch umsetzbar und finanziell tragbar ist. Der Fokus des Marketingkonzeptes liegt dabei auf der Customer Journey und der Marketingkommunikation.

Vorgehensweise / Methodik

In der ersten Phase wurde eine Einschätzung der IST-Situation einschliesslich einer IST-Customer Journey erstellt. Anschliessend wurden Umfragen bei verschiedenen Zielgruppen des Unternehmens durchgeführt und ausgewertet. Die Ergebnisse lieferten Erkenntnisse über den Bekanntheitsgrad und die Kundenwahrnehmung, die in einer abschliessenden Bewertung zusammengefasst wurden. Die externe

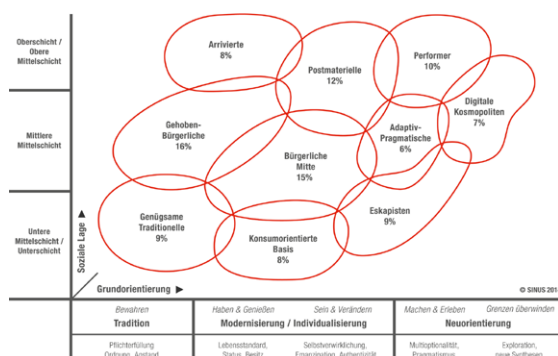
IST-Analyse wurde durch eine Konkurrenzanalyse und Experteninterviews vertieft. Auf Basis der Ergebnisse erfolgte eine Evaluierung der Kundenbedürfnisse, um das Umfeld besser einzuschätzen und konkrete Vorschläge ableiten zu können. Im nächsten Schritt wurde ein Marketingkonzept für die Firma Raum Design entwickelt, das in realistischen Etappen umsetzbar ist. Es zeigt auf, wie das Unternehmen durch gezielte Massnahmen den Bekanntheitsgrad steigern, die Positionierung stärken und die Customer Journey optimieren kann. Das Konzept berücksichtigt einen Zeitplan der geplanten Investitionen und eine damit verbundene Kostenanalyse, um die Wirtschaftlichkeit der geplanten Investitionen evaluieren zu können.



Michael Bettler

Ergebnisse und Ausblick

Für den Bereich «Wahrnehmung» wurden im Rahmen der Customer Journey zwei konkrete Marketingkonzepte entwickelt und bewertet. Basierend auf dieser Evaluierung wurde ein Lösungsvorschlag erarbeitet, der zur Umsetzung empfohlen wird. Für die übrigen Phasen der Customer Journey sind praxisorientierte Handlungsempfehlungen formuliert worden, die vom Unternehmen weiter umgesetzt werden können.



Sinus Milieus