

7/2017

Wartung & Service im Marketing? Wichtig, nur kaum verbreitet!
Si-TrendCheck von Oliver Pichler - siehe nächste Seite



36. Jhg., Verlagspostamt | 5301 Eugendorf | Austria | P.b.b. 02Z031472 M

Si
SEILBAHNEN
INTERNATIONAL

INTERNATIONALES FACHMAGAZIN FÜR DIE SEILBAHNWIRTSCHAFT UND ALPINES MANAGEMENT & TOURISMUS

 Doppelmayr®


GARAVENTA

➔ D-Line:
Willkommen in der First Class

SI-TRENDCHECK: WARTUNG & SERVICE IM MARKETING? WICHTIG, NUR KAUM VERBREITET!

Marketing-Revisionen? Bei technischen Anlagen sind Service & regelmäßige Wartungen Standard. Im Marketing dagegen nicht. Um effizienter und wirksamer zu sein, soll sich das ändern!



Foto: Fotolia/Thomas Söllner

Das eigene Marketing einem regelmäßigen Service unterziehen? Marketing-Systeme, Websites, Newsletter- und Adressverwaltungstools u.v.m. sowie Ideen, Argumentationen und Maßnahmen regelmäßig systematisch zu überprüfen, wirkt weit hergeholt. Ist es aber nicht. Denn das Marketing ist einem ähnlichen Verschleiß ausgesetzt wie jede Seilbahn, jedes Förderband oder jedes Pistengerät. Der Unterschied: Unterlassende Revisionen im Marketing stellen keine Sicherheitsrisiken dar und haben keine rechtlichen Folgen. Daher werden sie oft übersehen.

Systematisches Hinterfragen

Marketing-Revisionen – systematisches Hinterfragen – macht Sinn. Im laufenden Betrieb gilt es Marketingaufgaben effizient abuarbeiten. Zum Planen, Weiterdenken und umfassenderen Überarbeiten braucht es fix dafür vorgesehene Phasen. Ratsam sind regelmäßige „Saison-Services“ je Sommer bzw. Winter. Alle zwei bis drei Jahre ist eine umfassende Revision angesagt. Und alle fünf bis sechs Jahre eine Marketing-Generalüberholung.

Die Saison-Services

Die Saison-Services sollen nach Saisonabschluss mit Blick auf die übernächste Saison stattfinden. Also nach Abschluss der Sommer-Saison, etwa im November mit Blick auf den nächsten Sommer. Klar ist, dass dabei auch geplante Marketing-Arbeiten der unmittelbar bevorstehenden (Winter-)Saison nochmals feingeschliffen werden sollten.

Ziel dieser Services sind kleinere Anpassungen mit minimalem Kostenaufwand, alles am Stück für die jeweils nächste Saison vorzubereiten und sich Zeit für all die Marketing-Entscheidungen zu nehmen, für die im laufenden Betrieb die Ruhe fehlt. Typische Arbeiten sind etwa: Festlegen und Veröffentlichen der neuen Betriebszeiten und Preise. Sichtung und systematische Verwendung des während der Saison erstellten Foto- und Videomaterials. Aktualisierung aller Info-Unterlagen. Maßnahmen und Budgetplanung. Zusammenstellen von Info-Packages für die Partner u.v.m.

Die Marketing-Revision

Die Marketing-Revision (alle zwei bis drei Jahre) dient dazu, neben laufenden Service-Arbeiten umfassendere, kostenmäßig stärker ins Gewicht fallende Weiterentwicklungen vorzubereiten und umzu-

setzen. Das Sammeln von möglichen, während der Marketing-Revision zu erledigenden Arbeiten, erfolgt laufend.

Die Marketing-Generalüberholung

Alle fünf bis sechs Jahre ist das Marketing grundsätzlich zu hinterfragen. Dabei ist bewusst über Beibehalten oder Ändern zu entscheiden. Das beginnt bei den Partnern und Lieferanten, mit denen man im Marketing zusammenarbeitet. Es reicht bis zu inhaltlichen Kernaussagen und Grafischem inklusive dem Logo sowie allen Instrumenten, die man einsetzt (Website, Prospekte u.v.m.). Auch die Fotografie ist zu hinterfragen. Und die gesamte Maßnahmen- & Budgetplanung ist grundlegend zu überdenken. Sinn und Ziel ist, nicht alles auf jeden Fall neu zu machen, sondern bestehende oder drohende Schwachstellen frühzeitig zu entdecken. *op*

MARKETING-WARTUNGSPLANUNG – SERVICE-ZYKLEN FÜR SEILBAHNEN

I. Saison-Services (je Sommer/Winter)

- Sommer-Service (etwa im November), speziell mit Blick auf den nächsten Sommer
- Winter-Service (etwa im Mai), speziell mit Blick auf den nächsten Winter

II. Umfassende Marketing-Revision (alle 2 - 3 Jahre)

- Beginn im Rahmen des Sommer- oder Winter-Services
- Form & Umfang: In mehreren Schritten zwischen den beiden Saison-Services, die dabei umfassender ausfallen
- Dauer: vom einen Saison-Service bis zum nächsten

III. Marketing-Generalüberholung (alle 5 - 6 Jahre)

- Auftakt ein Monat vor den jeweiligen Sommer- oder Winter-Services
- Form & Umfang: In vorab geplanten Detail-Schritten zwischen den beiden Saison-Services, die umfassender ausfallen
- Arbeitszeitraum: etwa 8 Monate
- Beginn ein Monat vor dem einen Saisonservice. Abschluss mit dem nächstfolgenden Saison-Service