

Marketing-Mythen: Außendienst und Agenturen

Liebe Leserin, lieber Leser,

Heute drei Einsichten, die Ihnen Ihr Bauchgefühl wahrscheinlich schon immer vermittelt hat:

Mythos

Der Aussendienst wird schon wissen, wer die wichtigen Kunden sind und diese besuchen.

Die Wahrheit

Aussendienstmitarbeiter besuchen gerne die Ärzte, bei denen ein Besuch leicht möglich ist, beispielsweise weil diese viel Zeit haben oder auf der üblichen Fahrtroute liegen. Stellen Sie durch Marktforschung fest, welche Ärzte es wert sind, besucht zu werden - alles übrige ist Privatvergnügen.

Mythos

Meine Werbe-Agentur wird schon wissen, was sie tut.

Die Wahrheit

Der Werbepapst David Ogilvy brachte den Vergleich "Ein gutes Pferd springt nur so hoch, wie es muss". Fordern Sie Ihre Agentur. Verlangen Sie wirkungsvolle Aktionen. Legen Sie vorher fest, wie Sie das abschätzen werden.

Mythos

Unsere Firma sollte bei allen Fachkongressen präsent sein.

Die Wahrheit

Ein Grossteil der Ausgaben für die schönen Firmenstände bei wissenschaftlichen Kongressen und Ausstellungen erreicht nicht die für Ihren Umsatz verantwortlichen Ärzte und Apotheker. Überlegen Sie daher gut, ob Sie aufwendige Messebauten wirklich brauchen.

Wie sagte der Starbucks-Chef Howard Schultz in einem aktuellen internen Memo "Let's be smarter about how we are spending our time, money and resources".

Eine wertorientierte Betrachtung Ihrer Aktionen empfiehlt Ihnen

Günter Umbach