



Referat

# Networking als Marketinginstrument

**Armin Baumann**

Initiant KMU SWISS und GF ABA Management GmbH

### Inhalt



- 1. Inputs zu Marketing**
- 2. Inputs zu Networking**
- 3. Plattform KMU SWISS**
- 4. Umsetzungsansätze**
- 5. Diskussion**

## Marketing

### Frage

Wann erkennen Sie ein Produkt,  
Dienstleistung oder Firma?

Was sind die Voraussetzungen  
damit Sie ein Produkt,  
Dienstleistung oder Firma  
erkennen?

## Änderung des Informationsverhalten



1950

50'000 neue Infos/Jahr



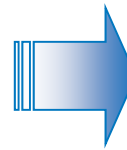
1980

50'000 neue Infos/Tag

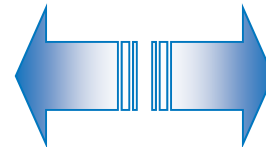
Marketing

**Physische Parameter der Kundenmanagement**

Kundenähe



Austauschbarkeit der Produkte/Dienstleistungen



## Physische Parameter beim Kundenmanagement

Vertrauen

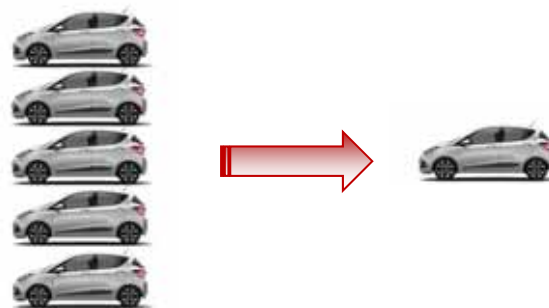
80% der Vergabe von Aufträgen im B2B erfolgen auf Vertrauen!

90% der Geschäftsbeziehungen sind B2B!

→  **$\frac{3}{4}$  der Geschäftsbeziehungen basieren auf Vertrauen!**



Aufwand Neukundengewinnung 5x höher wie best. Kunden



### Grundvoraussetzung

1. Kunden verstehen!
2. Agieren statt reagieren!

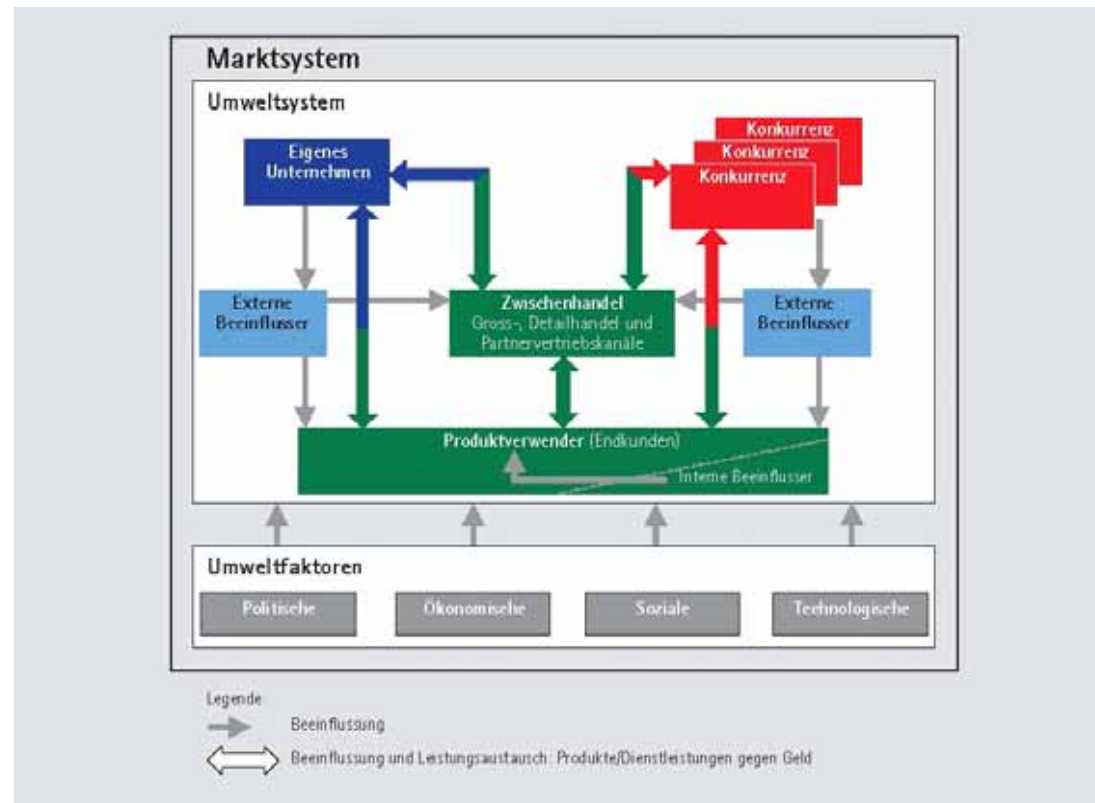


1. Vertrauen aufbauen!
2. Geschäftserfolg sichern!



**Marketing**

**Das Unternehmen im Markt**





## Das Marktgeschehen als zentrales Element



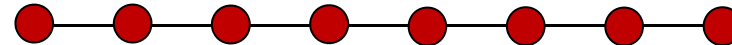
... und der Kunde als wichtiger Informationsträger!

## Networking

### Basistypen von Netzwerken

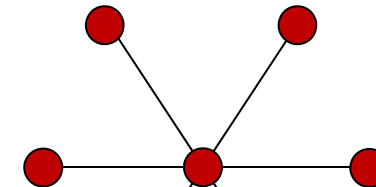
Kettennetzwerk

(1 → 1 : persönliche Beziehung)



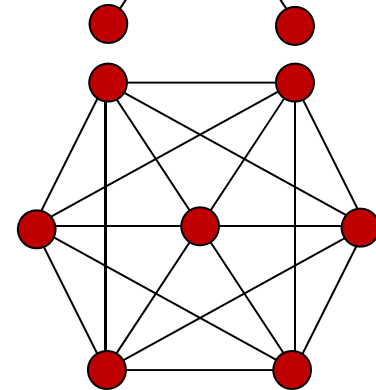
Stern- oder Knotennetzwerk

(1 → n : z.B. Printmedien)



All-channel-Netzwerk

(n → n : Soziale Netzwerke)



## Networking

### Frage

Welches ist das wichtigste soziale Netzwerk weltweit?

### Networking

#### Soziale Netzwerke

**Familie:** Eltern – Grosselter – Tanten/Onkel – Cousin/Cousine - ...  
Geschwister – Freunde – Schulkollegen - **Familie**...  
Kinder – Freunde – **Familie** - ...

**Firma:** Vorgesetzte – **Familie** - ...  
Arbeitskollegen – **Familie** - ...  
Partner/Lieferanten – **Familie** - ...  
Kunden – **Familie** - ...

**Vereine/Verbände:** Mitglieder – **Familie** – Firma - ...

**Militär:** Kameraden – **Familie** – Firma - ...

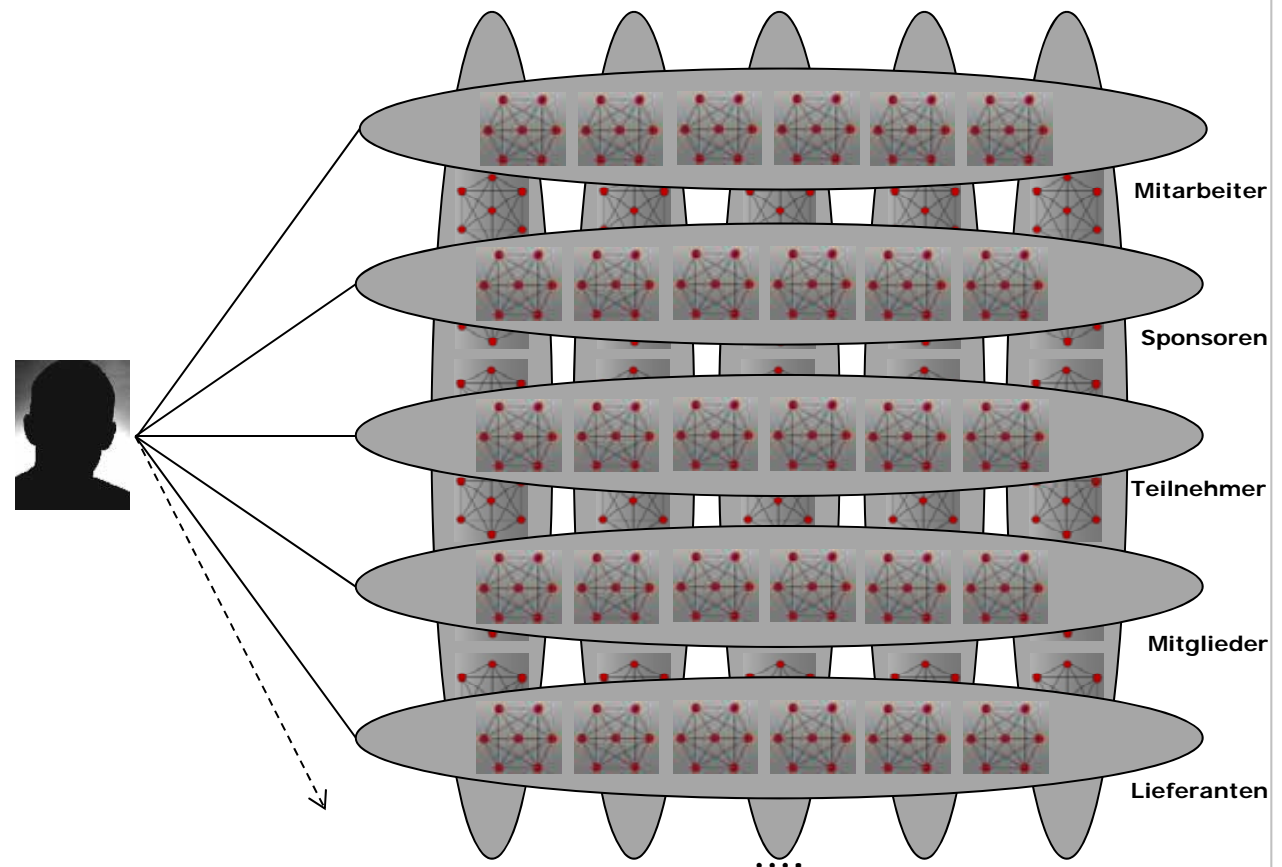
**Freunde:** Freunde – **Familie** – Firma - ...

....

**→ Familie ist das grösste soziale Netzwerk!**

Networking

Persönliche Netzwerk einer Person



### Networking

#### Rechenbeispiel

- Mit 7 Personen, die wiederum mit 7 Personen vernetzt sind, ergibt ein Netzwerk von 823'543 Personen!
- Mit 8 Personen ist man mit 16'777'216 vernetzt!
- Bei 9 Personen bereits mit 387'420'489...

... und über 10 Personen ist man mit der ganzen Welt vernetzt (10 Milliarden, Weltbevölkerung ist 6.9 Mia.)!

**Dies unterstreicht die Wichtigkeit der Vernetzung!**

### KMU SWISS – Plattform Ansatz

#### Supporter

Sponsoren, Mitglieder, Aussteller

#### Plattform



#### Teilnehmer

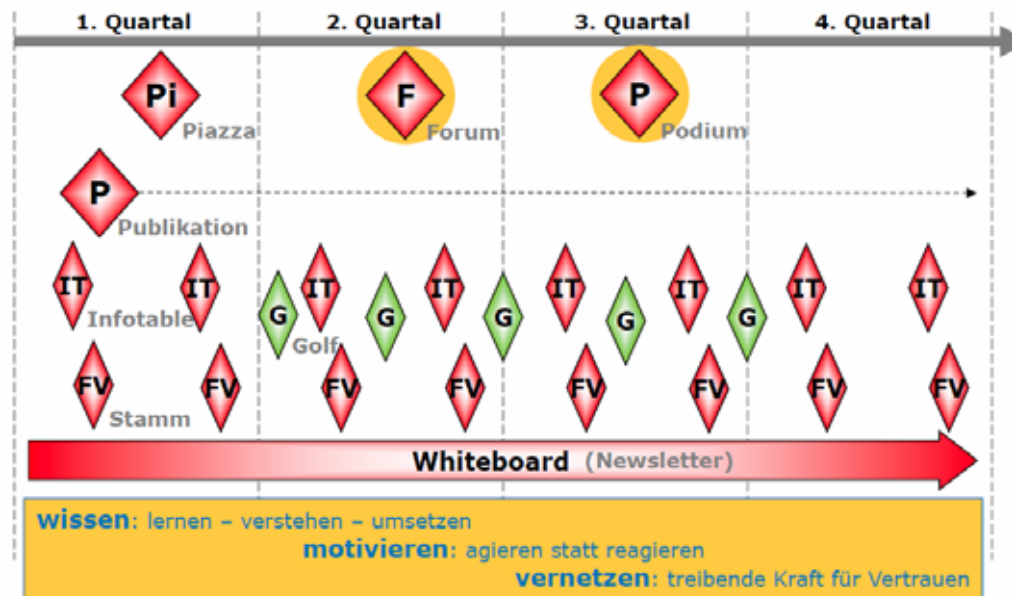
Sponsoren, Mitglieder, Aussteller, Teilnehmer

Wir glauben an die Schweizer Wirtschaft und deshalb stecken wir viel Enthusiasmus und Idealismus in dieses Projekt!

# Referat

20. März 2014 – KMU SWISS Piazza

## KMU SWISS – Plattform Elemente



- ➔ mindestens 1 Anlass pro Monat
- ➔ 25 – 35 Anlässe (aktive Interaktionen mit Teilnehmer) pro Jahr
- ➔ 10 – 12 Newsletter pro Jahr



## Referat

20. März 2014 – KMU SWISS Piazza

### KMU SWISS - Impressionen



### KMU SWISS Reputation

- Familiär!
- Sehr gut organisierte Anlässe!
- Interessante Themen!
- Branchenübergreifende Vernetzung!
- Keine Werbeveranstaltung!

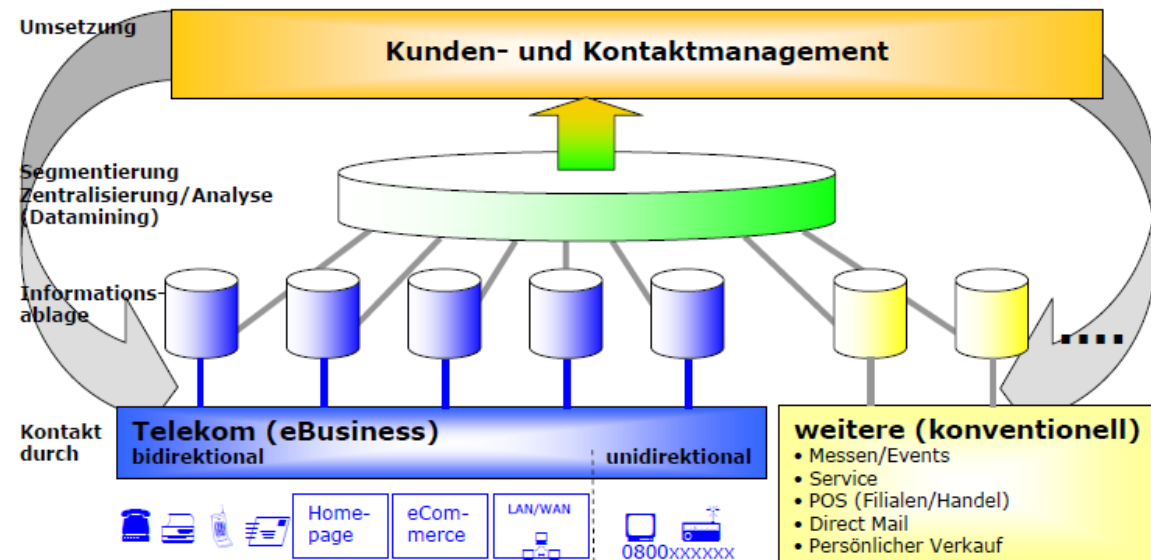
**Seit bestehen der Plattform sind weit über 20 Mio. Umsatz generiert worden, welche nicht entstanden wären, wenn es KMU SWISS nicht gegeben hätte!**

**... Eisberg 70/30 → ca. 100 Mio.!**

**Umsetzungsansätze**

**1. Kunden verstehen – das Richtige anbieten**

CRM leben!



## Umsetzungsansätze

### 2. Kunden zu Beteiligten machen

Kunde muss sich im Produkt,  
Dienstleistung, Firma erkennen!

**Traditionell**

«Auch wir setzen auf die Werte unserer Region.»  
Felix Meier,  
Müller Bräu

Geld ist Gefühlsache. Dabei zählen Nähe, Vertrauen und Sicherheit mehr als alles andere. Das kann nur bieten, wer auf solider Basis steht. Ihre persönlichen Wünsche und Ziele kennt und hier zuhause ist. Fragen Sie uns, wenn es um Vorsorge, Hypotheken und Geldanlagen geht – wir eröffnen Ihnen Perspektiven, die ganz zu Ihnen passen. [abb.ch](http://abb.ch)

Das sichere Gefühl.

**Aargauische Kantonalbank**

**Umsetzungsansätze**

**3. Kundennähe schaffen -Vertrauen aufbauen**

Höchste Vertrauen genießt die Familie!



## Umsetzungsansätze

### 4. Laufend in Kontakt mit Kunden bleiben

Der Firma Gesichter geben und Vertrauen schaffen!



## Umsetzungsansätze

### 5. Alle Anspruchsgruppen im Markt einbeziehen

Community schaffen und mit dieser persönlich vernetzen!



Impressionen  
KMU SWISS Forum





## Referat

20. März 2014 – KMU SWISS Piazza

### Diskussion und Fragen





### Schluss

Vielen Dank!



bis bald...

**KMU SWISS Forum**  
8. Mai 2014 im Trafo Baden!

**KMU SWISS AG**  
Stadtturmstrasse 19  
CH-5400 Baden  
Tel.: +41 56 210 96 90

[www.kmuswiss.ch](http://www.kmuswiss.ch)