

Produkte von morgen - Marketing von gestern. Wie kann man das Marketing im Mittelstand erfolgreich digitalisieren?

Prof. Dr. Uwe Kleinkes, Hochschule Hamm-Lippstadt, Lippstadt

08.11. 2017 #DWRWSUMMIT 2017, Düsseldorf

„Business ist Marketing und Innovation“



- Prof. Technology Marketing (HSHL)
- CEO IVAM (now Advisory Board)
- Marketing at Institute of Microtechnology Mainz
- PhD in Chemistry
- University of Bochum / Sussex



- Business for SME with Innovation

uwe.kleinkes@hshl.de

Kleink.es

[@TMM_HSHL](https://twitter.com/TMM_HSHL)

[@Kleinkes](https://twitter.com/Kleinkes)



[instagram.com/kleinkes/](https://www.instagram.com/kleinkes/)

Amazon, Google und Co investieren

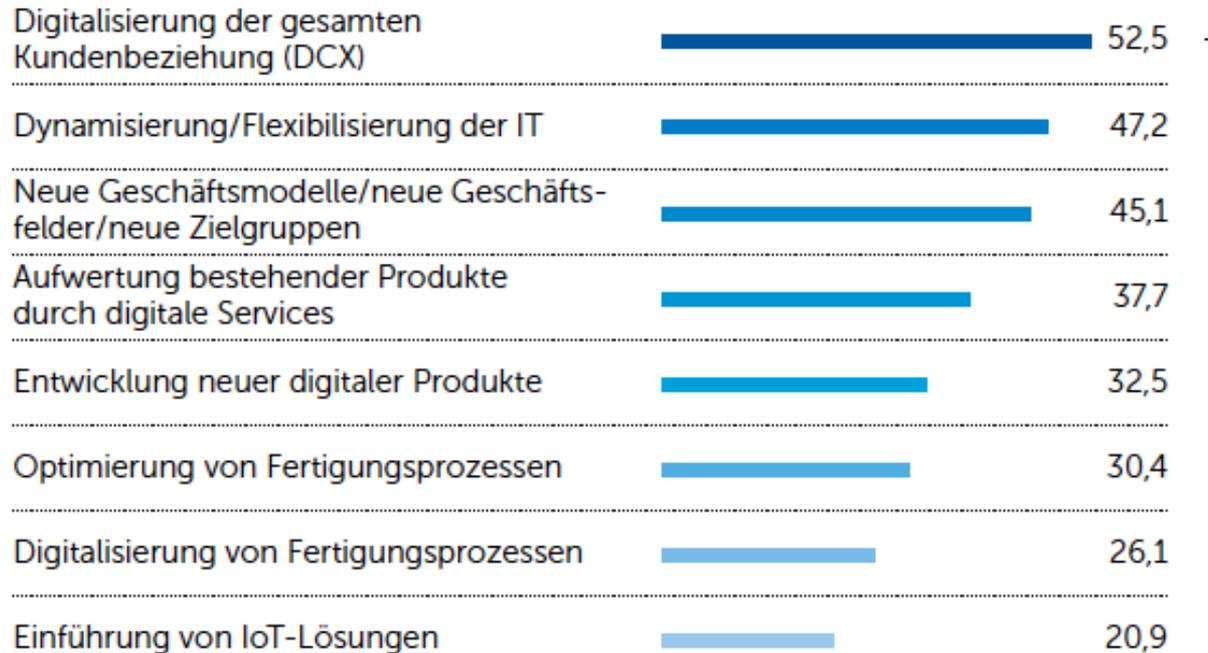
Forschung und Entwicklung

Die größten Budgets weltweit

Platz*	Vorjahres- zeitraum	Unternehmen	Land	Ausgaben
1	3	Amazon	USA	16,1 Mrd. US\$
2	4	Alphabet	USA	13,9 Mrd. US\$
3	5	Intel	USA	12,7 Mrd. US\$
4	2	Samsung	Südkorea	12,7 Mrd. US\$
5	1	Volkswagen	Deutschland	12,2 Mrd. US\$

Quelle: Handelsblatt
24.10. 2017, Seite 5

Zentrale Handlungsfelder der digitalen Transformation?



Mehrfachantworten möglich. Angaben in Prozent. Basis: n = 326

Mittelstand: Die vier größten Marketing-Probleme

- Problem 1: Das Tagesgeschäft ist wichtiger als Marketing
- Problem 2: Marketing ist nur Handlanger des Vertriebs
- Problem 3: Try & Error-Modus kostet Ressourcen
- Problem 4: Hinterherhinken beim Thema Digitalisierung



[https://www.wuv.de/marketing/mittelstand_die_vier_groessten_marketi
ng_probleme_und_ihre_loesungen](https://www.wuv.de/marketing/mittelstand_die_vier_groessten_marketi
ng_probleme_und_ihre_loesungen)

Studie „Einsatz von Internet/Social Media in Hightech KMU“

Haben Sie einen Marketingplan für Social Media?

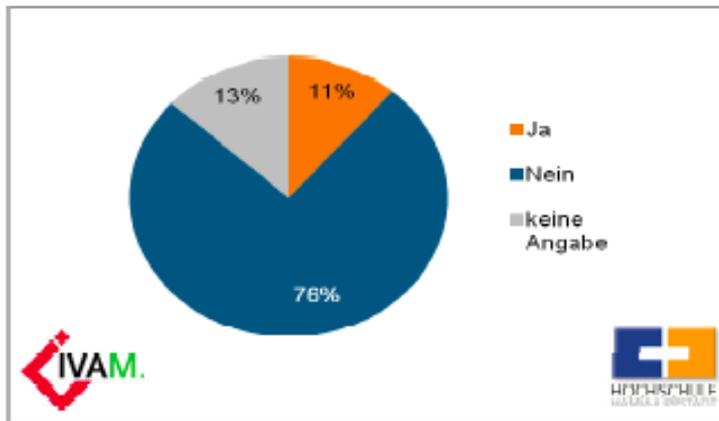


Abbildung 3: Haben Sie einen Marketingplan für Social Media?
Quelle: Eigene Daten nach Erhebung HSHL/ IVAM 2013; n=53.

Wie häufig aktualisieren Sie Ihre Website?

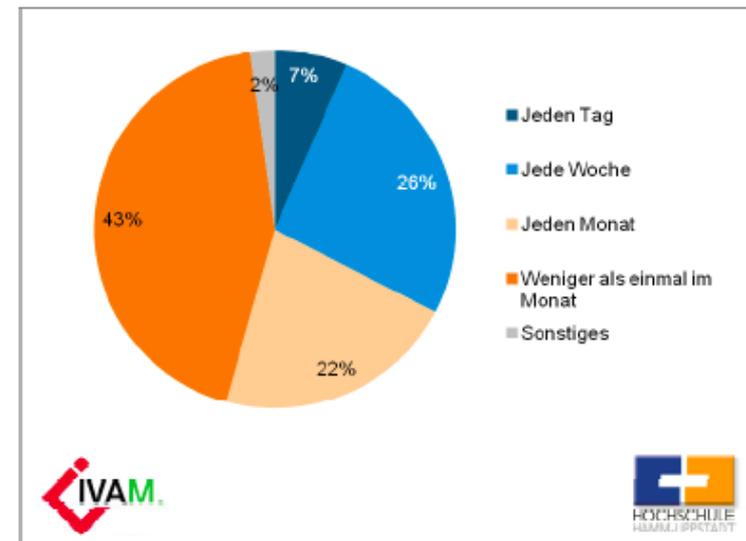


Abbildung 11: Wie häufig aktualisieren Sie Ihre Website?
Quelle: Eigene Daten nach Erhebung HSHL/ IVAM 2013; n=46.

Regel Nr. 1.

Persönlicher Kontakt zum Kunden ist das Wichtigste

- Mach alles, was Dir im digitalen Bereich nützt, um einen persönlichen Kontakt zum Kunden zu bekommen. Deine Website ist Dein „heiliger Gral“.
- Du wirst im digitalen Bereich nie gegen Google oder Amazon gewinnen. Du brauchst aber einen digitalen Zugang zum Kunden.
- Im persönlichen Bereich in Deiner Nische bist Du der Beste. Das muss der Kunde erfahren (digital/nicht-digital).

Regel Nr. 2.

Fokussiere bei der Digitalisierung

- Du bist als KMU Spezialist und in Deinem Bereich richtig gut. Genauso solltest Du die Digitalisierung angehen. Das gilt für das Marketing und alle Deine Bereiche.
- Welche Ziele hast Du für das digitale Marketing? Lege Ziele fest und messe deren Einhaltung.
- Auch wenn du Dinge ausprobierst: Mache eine Strategie. Das ist ein „Muster in einem Strom von Entscheidungen“ (Mintzberg)
- Wo sind Deine Kunden? Sei nur da unterwegs, wo auch Deine Kunden sind. Deine Website ist Dein „heiliger Gral“.

Regel Nr. 3.

Try and Error

- Das Schöne an der Digitalisierung ist, dass man preiswert Fehler machen kann.
- Wenn du das mit Studierenden einer Hochschule in Deiner Nähe und nicht mit Jung von Matt machst, kostet es Dich nicht die Welt.
- Probiere Dinge aus, Taste Dich ran, überprüfe ständig, habe einen langen Atem

Regel Nr. 4.

Investiere

- Digitalisierung kostet Ressourcen, d.h. Deine Zeit und Dein Geld.
- Wenn Du erfolgreich sein willst, musst Du langfristig investieren. Das ist eigentlich normales unternehmerisches Handeln.
- Du musst die Investitionen durch Wachstum wieder reinholen oder Du teilst Dir die Kosten zum Beispiel in Netzwerken. Diese Idee mit den Netzwerken ist nicht neu. Das hat man z.B. in Maschinenringen vor Jahrzehnten bereits gemacht.

Regel Nr. 5.

Machen

- Eine oft gestellte Frage ist, dass wenn alle wie wild digitales Marketing machen, doch alle auf Platz 1 bei Google stehen müssten und das ginge doch gar nicht.
- In der Praxis machen das aber nicht alle.
- Wenn Sie anfangen und ihre Dinge fokussiert, überlegt, mit Plan und Strategie, Experimentierfreude und Ausdauer machen, werden Sie besser sein als ihre Wettbewerber.
- Genauso, wie bei ihren Produkten!

<http://www.ebusinesslotse-owl.de>



OWL: Innozent_OWL

(Arbeitskreise Technologiemarketing, Marketing Automation)

E-business-Lotse:

eBusinessLotse *OWL*



InnoZent_{OWL}



ivam.com



IVAM: Marketinggruppe



www.greentech.ruhr



Business-Metropole Ruhr: Content Marketing für Umweltwirtschaft



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

© Prof. Dr. Uwe Kleinkes

#DWRNRW
SUMMIT
2017

Hochschulen in ihrer Umgebung



- **Alles was automatisiert werden kann, wird bei der Digitalisierung automatisiert.** Anwendungen für den Mittelstand im Marketing
- **Digital Customer Experience:** Buzzword oder Chance für KMU?
- **Content Marketing ist die Lösung** – was war die Frage? Diskurs zum Content Marketing
- **Virtual und Augmented Reality:** Geht mehr als Pokémon Go?
- Google weiß mehr über Sie als Ihre Mutter – **Predictive Marketing** für Mittelständler
- Alexa bei Fuß: Möglichkeiten und Grenzen **digitaler Sprachassistenten**
- **Künstliche Intelligenz im Marketing:** Aktueller Stand der Anwendungen und Perspektiven für den Mittelstand
- Wer sucht der findet? Warum **SEO** wichtig ist und wie es funktioniert.

www.technologiemarketing.org

- **Alles was automatisiert werden kann, wird bei der Digitalisierung automatisiert.** Anwendungen für den Mittelstand im Marketing
- **Digital Customer Experience:** Buzzword oder Chance für KMU?
- **Content Marketing ist die Lösung** – was war die Frage? Diskurs zum Content Marketing
- **Virtual und Augmented Reality:** Geht mehr als Pokémon Go?
- Google weiß mehr über Sie als Ihre Mutter – **Predictive Marketing** für Mittelständler
- Alexa bei Fuß: Möglichkeiten und Grenzen **digitaler Sprachassistenten**
- **Künstliche Intelligenz im Marketing:** Aktueller Stand der Anwendungen und Perspektiven für den Mittelstand
- Wer sucht der findet? Warum **SEO** wichtig ist und wie es funktioniert.

www.technologiemarketing.org