Ecole d'ingénieurs
du Canton de Vaud

Tél. : + 41 21 316 98 11
Fax : + 41 21 626 04 67

mailto:comem@eivd.ch
http://www.eivd.ch

Travail de diplôme 2003

Ecole d'ingénieurs du Canton de Vaud
Rue de Genève 55, CP 59
CH - 1000 Lausanne 20

Marketing-Konzept für einen freicom-Referentenservice als selbständige Business Unit im deutschsprachigen Raum

In der heutigen Zeit müssen die Unternehmen immer innovativer werden, um die Stakeholders bei guter Laune zu halten. Öde, formelle Aktionärsversammlungen sind zu Erlebnis-anlässen zu gestalten und Kundenanlässe entwickeln sich zu Abenteuerveranstaltungen. Als mögliche Lösung für ein Unternehmen, sich von der Masse abzusetzen, bietet sich die Verpflichtung einer berühmten Persönlichkeit als Key Speaker/in an. Da die Firmen immer weniger Zeit haben, sich um die Vermittlung eines Referenten zu kümmern, übernimmt diese Aufgabe der Referentenservice.

Für die Firma freicom ag wurde ein Marketing-Konzept für einen Referentenservice als selbständige Business Unit erarbeitet. Die Dienstleistung „Referentenservice“ ist wie folgt definiert:

Ein Referentenservice ist eine Kunden--Referentendienstleistung, die den Kunden bei der Suche nach einem passenden Referenten für einen Event individuell und professionell berät. Den Referenten gegenüber ist der Referentenservice behilflich, Auftritte an Veranstaltungen zu vermitteln. Ausserdem nimmt er den Referenten die administrativen Lasten ab. Der Referentenservice kümmert sich um An- und Rückreise sowie um deren Logis, sofern dies gewünscht wird.

Um die Kunden- und Referentenanliegen zu eruieren, wurde als Vorstudie eine Marktanalyse und Internetumfrage durchgeführt. Sie dient als Grundlage des Marketing-Konzepts. Aufgrund der Resultate der Vorstudie und aufgrund der durchgeführten Interviews mit den verschieden Zielgruppen (Hilti, Ruag Land Systems, Dr. iur. Ellen Ringier) konnten die Marketing-Ziele und das Unternehmensleitbild festgelegt werden. Das ganze Marketing-Konzept des Referentenservices basiert auf dem Leitbild **„SERVICE wird bei uns gross geschrieben“**. Dieser Service ist auf einem 4+(1) Modul Prinzip aufgebaut. Die Kunden/Referenten können das von ihnen gewünschte Modul auswählen und werden dann professionell durch den Referentenservice beraten.

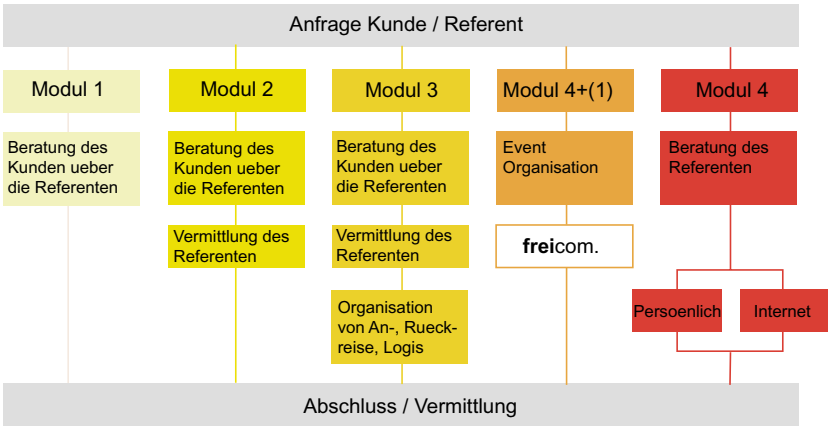

Abb. 1 Modulstruktur des Dienstleistungsangebots

Abb. 2 Logo

Eine gut strukturierte, auf das Leitbild ausgerichtete Corporate Identity ist für den einheitlichen Auftritt des Dienstes verantwortlich. Die gute Mischung des Marketing-Mix, aus Marktleistung, Kommunikation und Distribution hilft dem Service die Marketing-Ziele zu erreichen. Das qualitative Ziel, den Bekanntheitsgrad im deutschsprachigen Raum zu steigern, wird durch eine moderne Markenpolitik erreicht. Das Logo des Referentenservices, verbunden mit dem Slogan, erhöht den Bekanntheitsgrad des Dienstes.

Damit die verschiedenen Instrumente auch die gewünschte Wirkung erzielen, wird ein auf die verschiedenen Marketing-Instrumente abgestimmter Massnahmen- /Zeitplan entwickelt.

Bei der Umsetzung dieses Marketing-Konzeptes ab Anfang 2004 wird grosser Wert auf das fundierte Webkonzept gelegt. Dieses Webkonzept unterstützt den Referentenservice, die Nummer 1 unter den Referentenvermittlungsagenturen zu werden.

Auteur: **Marcel Lendenmann**
Répondant externe: **Roger Tinner**
Prof. responsable: **Rolf Zimmermann**
Sujet proposé par: **freicom ag**

Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale

EIVD © 2003 - 2004, filière de gestion des médias