

# Mit Marketing-Know-how neue Kunden und Fachkräfte gewinnen

Den potenziellen Kunden professionell von den Fähigkeiten des eigenen Unternehmens überzeugen – und das mit einfachen aber zielgerichteten Methoden? Wie dies gelingt, erläutert „massives MARKETING“, ein neues Angebot des Industrieverbands Massivumformung e. V.

## AUTORIN



**Tina Oelmann**

ist Referentin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Industrieverband Massivumformung e. V.

Strategisches Marketing gewinnt in mittelständischen Unternehmen immer mehr an Bedeutung. Die Zeiten, in denen noch gesagt wurde: „Strategisches Marketing ist nur für die großen Firmen von Bedeutung“, sind vorbei. Die Zulieferbranche hat längst erkannt, dass Differenzierung und Markenbildung deutlich relevanter geworden sind. Die Industrieschmieden befinden sich als Entwicklungspartner auf Augenhöhe des Kunden und haben verstanden, dass es nicht mehr ausreicht, sich ausschließlich über technische Kompetenz, Preis und Zuverlässigkeit zu definieren. Themen wie Wettbewerbsdifferenzierung und Employer Branding nehmen Einzug in die Chefetagen.

Der Industrieverband Massivumformung hat es sich zur Aufgabe gemacht, seinen Mitgliedsunternehmen eine entsprechende Plattform zum Austausch beziehungsweise zur Unterstützung bei der Entwicklung ihrer individuellen Marketingstrategie zu bieten. Besonders die Unternehmen, die im täglichen Geschäft bisher kaum Zeit und Möglichkeiten für das Thema Marketing finden, sind sehr an einer informativen Unterstützung interessiert.

Unter dem Motto „massivesMARKETING“ veranstaltete der Industrieverband Massivumformung daher am 6. und 7. Dezember 2016 in Stuttgart zwei Workshops zum Thema „Erfolgreiches strategisches Marketing in der Massivumformung“, welche durch zwei Fachreferenten begleitet wurden.

Am ersten Tag wurden unter dem Stichwort „Marketing Klassiker“ die Grundlagen des strategischen Marketings unter die Lupe genommen. Durch eine umfangreiche Präsentation sowie die zielgenauen Tagungsunterlagen mit begleitenden konstruktiven Diskussionen kamen die Workshop-Teilnehmerinnen und Teilnehmer voll und ganz auf ihre Kosten. „Der



erste Tag hat meinen Erwartungen voll entsprochen. Der Informationsfluss war überwältigend“, kommentierte ein begeisterter Teilnehmer im abschließenden Beurteilungsbogen.

Am zweiten Tag wurden unter dem Stichwort „Marketing Excellence“ das Wissen zu den Themen E-Commerce und Storytelling vertieft. Nach anfänglicher Zurückhaltung konnten die Teilnehmer ihre Unsicherheit überwinden und in die Welt des Storytellings eintauchen. Entstanden sind wunderbare Ideen für mögliche „Drehbücher“, um zum Beispiel einen neuen Imagefilm für das eigene Unternehmen in Angriff zu nehmen. Dass ein solcher Film nicht immer extrem teuer sein muss, zeigte das Beispiel eines der beiden Referenten, dessen Agentur auch mit geringen Mitteln ein wirklich ansprechendes Ergebnis für das eigene Unternehmen erzie-

len konnte. Mit dem Fazit „In Zukunft moderner zu denken“ endeten die erfolgreichen Workshops. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nahmen viele innovative Ideen mit in ihre Unternehmen.

Der Wunsch nach weiteren Workshops und Impulse für die Weiterentwicklung der eigenen Marketingansätze seitens der Mitgliedsunternehmen ist groß. Der Industrieverband bietet daher seinen Mitgliedern zwei weitere Workshops 2017 an: „Marketing Klassiker“ am 22. Mai im Haus der Stahlverformung Hagen und „Marketing Excellence“ am 9. November im Institut für Umformtechnik (IFU) Stuttgart.

Details zu Ablauf und Inhalten finden Mitglieder auf [www.massivumformung.de](http://www.massivumformung.de) im Veranstaltungskalender.