
MARKETINGKONZEPT

**VORSTELLUNG DIPLOMARBEIT
OHNI GMBH**



WER WIR SIND

| Ronja Eichenberger

- OBERDIESSBACH
- SBB
- FACHSPEZIALISTIN PROZESS-
UND
ORGANISATIONSENTWICKLUNG

| Ramona Kühni

- MÜNSINGEN
- MEDICS LABOR AG
- MITARBEITERIN
PATIENTENADMINISTRATION

| Laura Reist

- UETENDORF
- ROBERT PFISTER AG
- ASSISTENTIN
IMMOBILIENBEWIRTSCHAFTUNG



OHNI GMBH

| Gründung 2020 durch Natalie Jacot

| Mitglied unverpackt Schweiz

| Nahrung, Kosmetik, Haushaltsartikel

| Catering, Workshops, Food-Save

| 4 Mitarbeitende -> 11 Mitarbeitende

| Ohne Pestizide, ohne Plastik, ohne
Leid und ohne Lebensmittel-
verschwendung

DIE ZIELSETZUNG

SMART

Spezifisch
Messbar
Ausführbar
Realistisch
Terminiert

ANALYSEN

- Markt, Marketing, Kunden, Konkurrenten, Umweltsphären detailliert analysieren.
- Verschiedene Mittel werden zur Analyse verwendet.
- Keine Oberflächlichkeit.

SWOT

- Analyseergebnisse werden zusammengetragen.
- Stärken und Schwächen herausgefiltert.
- Chancen und Gefahren werden erkannt.
- Bis SWOT ist nach Hälfte der verfügbaren Zeit fertig erarbeitet.

MASSNAHMEN

- Massnahmen bauen auf SWOT-Erkenntnissen auf.
- Auftraggeber wird in die Entscheidung der Massnahmen miteingebunden.
- 1 Woche vor Abgabe sind die Massnahmen fertiggestellt.
- Realisierbar mit gegebenen Ressourcen.
- Erarbeitung beschränkt sich auf die Planung.



Disziplin
Kooperation
Leidenschaft

Konfliktmanagement
Leistungsbereitschaft
Verbindlichkeit
Selbstorganisation
Analysefähigkeit

VORGEHEN IM ANALYSETEIL

Markt

- *Konzentration auf 4 Kennzahlen.*
- *Marktanteil, Marktvolumen, Marktpotenzial und Sättigungsgrad.*
- *Daten aus dem Verein Unverpackt Schweiz und der OHNI GmbH.*

Kunden

- *Kundenumfrage auf Social Media, Newsletter und im Laden.*
- *Geografisch, Demografisch, Sozialpsychologisch, Verhaltensbezogen und Kundenzufriedenheit.*

Umweltsphären

- *Alle 5 Umweltsphären untersucht*
- *Hauptsächlich durch Angaben von Natalie Jacot und Recherche über Gesetze sowie der Verknüpfung zu anderen Analysen.*

Marketing

- *Konzentration auf Product, Price, Place, Promotion.*
- *Fragebogen an Natalie Jacot, Selbstrecherche im Laden und auf der Website sowie Social Media, Verknüpfung zu den anderen Analysen.*

Konkurrenten

- *3 Konkurrenzfirmen*
- *Eigenständige Recherche vor Ort und im Internet*
- *Preis, Standort und Internetauftritt*
- *Zusammenfassung in einer Nutzwertanalyse*

AUSWERTUNG SWOT

INTERNE ANALYSE

STRENGTHS

- **KUNDENWÜNSCHE**
- QUALITATIV HOCHWERTIG / REGIONAL
- **SOCIAL MEDIA**
- BREITES ANGEBOT
- ZAHLUNGSMÖGLICHKEITEN
- UMWELTSCHUTZ UND NACHHALTIGKEIT

WEAKNESSES

- WETTBEWERBSORIENTIERUNG
- STANDORT
- **ONLINESHOP**
- **PREISANPASSUNGEN**

EXTERNE ANALYSE

OPPORTUNITIES

- WACHSTUMSPOTENZIAL
- **SPEZIALISIERUNG AUF FACHBEREICHE**
- **ERWEITERUNG ABSATZWEGE**
- **EVENTMARKETING**
- **ZUGÄNGLICHKEIT**

THREATS

- INFLATION
- **SCHLIESSUNG DES LADENS (FINANZIELLE SICHERHEIT)**
- VERÄNDERUNG KAUFVERHALTEN
- KLIMAERWÄRMUNG

OPPORTUNITIES



EVENTMARKETING



**SPEZIALISIERUNG
FACHBEREICHE**



ERWEITERUNG ABSATZWEGE



ZUGÄNGLICHKEIT

1. MASSNAHME

Interaktive Kundeninformation

| Herleitung

- Marketinganalyse
- Produktinformationen
- Information von Personal
- Kundenanalyse
- Zugänglichkeit zum Produkt
- Trend autonomes Einkaufen

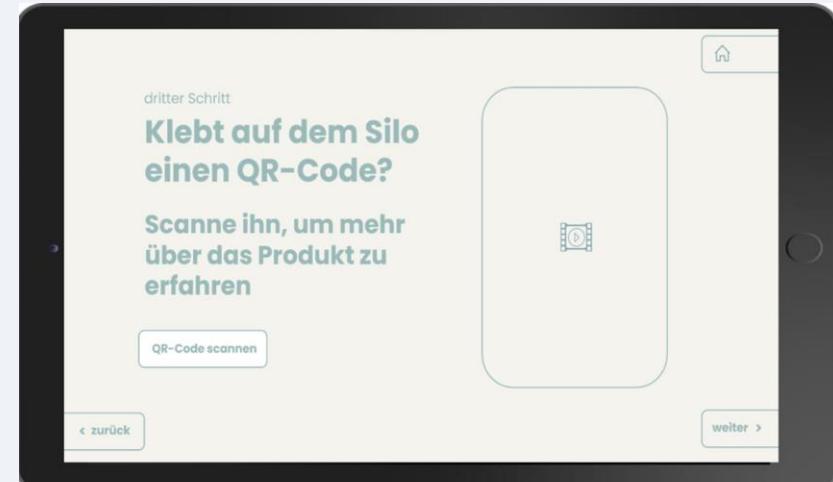
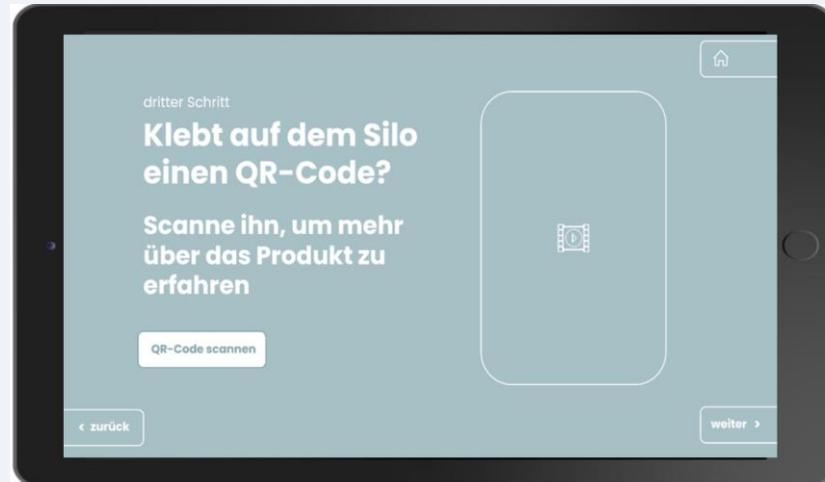
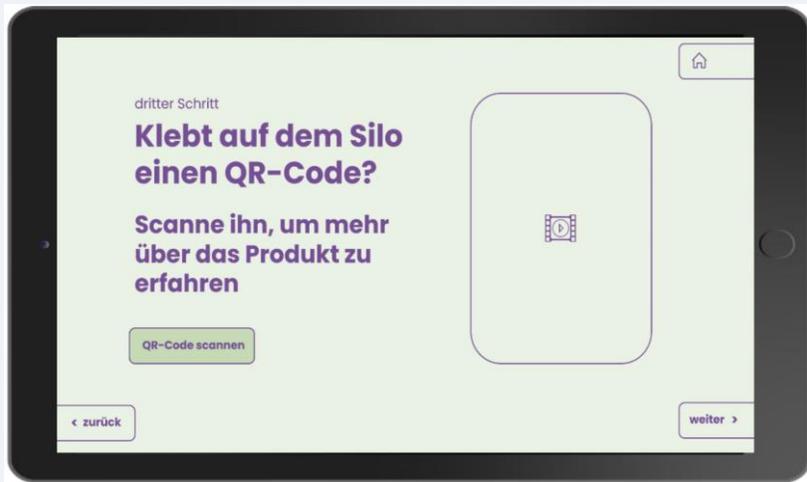
| Ziel

- Eigene Website
- Touchscreen
- Reduktion Hemmschwelle

| Ausarbeitung

- Erstellung Grobplanung
 - Benötigte Ressourcen
 - Inhalte interaktive Kundeninformation
- Konzeption - Inhalte
 - Storyboard
 - Detailplanung
- Designvorschläge
- Offerten einholen
- Kosten und Ressourcenplan
 - Entwicklungskosten gem. Offerte mit Mitarbeiteraufwand

DESIGNVORSCHLÄGE



2. MASSNAHME

Marktstand am Sternenmarkt Bern

Herleitung

- Marketing und Soziale Umweltsphäre zeigen Verbesserungspotential
- Event-Marketing und Messen nehmen einen sehr kleinen Teil ein.
- Vorhandene Kundengruppe eher einfältig.

Ziel

- Produkte verkaufen
- Neue Stammkunden gewinnen
- Vielfalt in der Kundengruppe vergrössern
- Philosophie des unverpackt einkaufen weitergeben

Ausarbeitung

- Vorgehen planen
- Welche Informationen benötigen wir
- Kontaktaufnahme Veranstalter
- Erarbeitung Konzept
 - Konditionen Marktstand
 - Personelles
 - Zusammenarbeit mit zweitem Unternehmen
- Werbung
- Übergabe an Natalie Jacot

WEITERENTWICKLUNG

Marktstand Sternenmarkt

- KONZEPT MIT IDEEN, ANGABEN UND TIPPS WIRD BEI NATALIE JACOT AUFBEWAHRT
- AUFGRUND HOHER KOSTEN IST EINE DURCHFÜHRUNG EHER UNWAHRSCHEINLICH

Interaktive Kundeninformation

- IDEE UND AUSARBEITUNG FAND BEI DER OHNI GMBH GROSSEN ANKLANG
- DIE MASSNAHME WURDE IM VEREIN UNVERPACKT SCHWEIZ PRÄSENTIERT
- BEI EINEM PASSENDEN ZEITFENSTER WIRD DIE MASSNAHME IN EINEM ERSTEN LADEN IN DER SCHWEIZ UMGESETZT
- DIE IDEE VON EINER NEUEN WEBSITE WURDE BEREITS VERWIRKLICHT

OHNI GMBH HEUTE



MARKETINGKONZEPT

HERZLICHEN DANK!
