



Auf dem Weg zu  
Co-Sell Ready?  
Dann brauchen Sie  
eine Lösung, auf  
die der Markt  
wartet!

**#fit-for-marketing** ist ein Prozess, der aus Ihrem Wissen und dem Ihrer Kunden skalierbare Lösungen entstehen lässt. Und wir zeigen Ihnen, wie einfach das ist.

Als Microsoft Partner stehen Sie nach der Umstrukturierung in die neue One Commercial Partner (OCP)-Struktur vor einer grossen Herausforderung: Es geht um Co-Selling Readiness, ein Status, der Ihnen auch in Zukunft individuelle Marketingunterstützung durch Go-to-Market bietet. Dazu müssen Sie in Zukunft mehr und mehr auf skalierbare IT-Lösungen setzen, mit denen Sie Unternehmen gezielt ansprechen können. Doch diese Lösung müssen zuerst Sie finden und vermarkten.

Dazu haben wir mit **#fit-for-marketing** einen Prozess entwickelt, der Ihnen in sechs Schritten nicht nur hilft, die geeignete Lösung zu finden, sondern auch starke Ansätze für die Vermarktung. Zudem sorgen Zielgruppenanalysen und ein geeigneter Mediamix für die Grundlage Ihres Erfolges.

## #fit-for-marketing – klar definiert und total variabel

### Individuelle Anpassung an Ihr Unternehmen

In einem Vorgespräch wird jeder Schritt des #fit-for-marketing-Prozesses individuell und zusammen mit Ihrem PDM auf Ihre derzeitige Situation und Ihren Kenntnisstand abgestimmt.

### Sie nutzen nur, was Sie brauchen

Der modulare Aufbau des Prozesses erlaubt Ihnen, nur die Module einzusetzen, die Sie brauchen. Sie können jederzeit einsteigen, einzelne Module kombinieren, weglassen oder sie selbst erbringen.

### Ausführliche Dokumentation

Sie erhalten nach jedem Schritt eine ausführliche Dokumentation und eine Auswertung. Das macht den gesamten Prozess nachvollziehbar – und Sie wissen immer, wo Sie stehen.

### Konkrete Ergebnisse, die Ihnen weiterhelfen

Am Ende des #fit-for-marketing-Prozesses erhalten Sie ein detailliertes Kampagnen-Briefing mit Zielgruppendefinition, Wettbewerbssituation, Wording und Leistungsversprechen sowie eine Definition des Mediamixes. Damit können Sie jede Agentur in die Lage versetzen, eine Kampagne für Ihr Produkt zu starten.

### Hilfe zur Selbsthilfe

Nach Durchlaufen des Prozesses sind Sie in der Lage, ihn jederzeit erneut zu starten. Denn danach haben Sie das komplette Handwerkzeug und Know-how, um selbständig neue Vermarktungsszenarien zu kreieren oder zukünftige Marketingstrategien für Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln.

Mehr Infos zur Kampagne unter [www.fit-for-marketing.com](http://www.fit-for-marketing.com)

oder über das Marketing Service Bureau unter +49 40 3741177 und per E-Mail an: [ms@c2b-net.de](mailto:ms@c2b-net.de)

#fit-for-marketing – ein modularer Prozess, der einfach und schnell auf Ihre Anforderungen und Bedürfnisse angepasst werden kann.

Fokusgruppe  
1-Tagesworkshop

## Markt. Ziele. Umfeld.

Was macht Ihr Kunde  
und wie? Relevante  
Prozesse.

01

### Ziel

- Herausarbeitung und Ableitungen der Erfolgsfaktoren und die relevanten Prozesse eines Unternehmens
- Definition konkreter Faktoren, um die Beurteilung der »kritischen Prozesse« (Step 2) vornehmen zu können.

1-Tagesworkshop inkl. Vor- und Nachbereitung, Dokumentation und Auswertung.

1:1-Interviews  
offline/online

## Kritische Pfade. Risikoabschätzung.

Welche Erfolgsfaktoren  
sind entscheidend?  
Investitions-  
bereitschaft.

02

### Ziel

- Klare Definition und Verfeinerung einer Prozessmatrix mit Cluster-Building/Ranking.
- Feststellung welche Auswirkungen (Impact/Aufwandschätzung) die kritischen Pfade auf die Prozesse haben
- Investitionsbereitschaft eines Unternehmens via Risikoabschätzung.

1:1-Interviews – Dauer: ca. 2-3 Wochen, inkl. Konzeption, Durchführung und Auswertung (online).

1-Tagesworkshop  
Partner

## Lösungsoptimierung- /fokussierung.

Können Sie die  
Herausforderungen  
Ihrer Kunden  
heute lösen?

03

### Ziel

- Das Ziel ist es, eine Gegenüberstellung (Top 10 Liste) zu erarbeiten, die die Prozesse, die kritischen Pfade und die Risikoabschätzung mit Ihrer jeweils zugeordneten Lösung mappt. Danach wissen wir, mit welcher Lösung bzw. welcher Funktion der Lösung wir (vorhanden oder nicht vorhanden) die Zielgruppe ansprechen.

1-Tagesworkshop inkl. Vor- und Nachbereitung, Dokumentation und Auswertung.

Online-Umfrage

## Zielgruppe verstehen.

Was bewegt Ihre  
Zielgruppe? Personen  
identifizieren. Ziele.  
Beweggründe.

04

### Ziel

- Wir wollen die Zielgruppe kennenlernen und verstehen, um sie gezielter ansprechen zu können.
- Es werden personenbezogene Daten erhoben und ausgewertet. Ihr PreSales-Team identifiziert dabei die Personen und nennt Bestandskunden und/oder Wunschkunden, die befragt werden sollen.

Dieses Modul kann zu jedem Zeitpunkt des gesamten Prozesses durchgeführt werden.

Online-Umfrage inkl. Konzeption, Durchführung und Auswertung.

1-Tagesworkshop  
Partner

## Das Leistungs- versprechen.

Was bieten Sie Ihrer  
Zielgruppe konkret an?  
Und wie gehen  
Sie vor?

05

### Ziel

- Exakte Definition eines Kampagnen-Briefings mit eindeutigen Vorgaben für eine Werbeagentur (oder interne Marketingabteilung, so vorhanden). Außerdem werden die Weichen für eine Kampagnen-Bewertung und das Management der Kampagne gestellt.
- Sie werden danach anhand von KPIs und eines Kampagnen-Dashboards Ihre Kampagne selbst auswerten können.

1-Tagesworkshop (opt. 2 Tage) inkl. Vor- und Nachbereitung, Dokumentation und Auswertung.

Ihre Kampagne

## Die effektive Umsetzung.

Startschuss, um die  
Ergebnisse in  
Verkaufschancen  
umzusetzen.

06

### Ziel

- Jetzt erfolgt die Umsetzung der in Step 5 erarbeiteten Marketingtaktiken und -aktionen. Durch das detaillierte Agenturbriefing sind Sie in der Lage, sich an Ihre Werbeagentur oder einen anderen Dienstleister zu wenden, um eine Kampagne für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auszurollen.

Selbstverständlich stehen auch wir Ihnen bei der Umsetzung Ihrer Marketingaktion zur Seite. Unsere Spezialisten können Sie in jedem Marketingbereich unterstützen.