

## Fragen

### Fragen zur Erarbeitung Ihrer Strategie für das Internet

Der Auftritt in einem Werbemedium - wie dem Internet - muss sorgfältig geplant werden, wenn er langfristig erfolgreich sein soll. Deshalb ist eine genaue Analyse der Ausgangslage unabdingbare Voraussetzung. Die hier aufgelisteten Fragen sollen Ihnen einen Eindruck davon geben, welche Details man benötigt, um einen erfolgreichen Auftritt im Internet zu organisieren.

### Allgemeine Fragen

#### Fragen zu Ihrer Firma / Branche

1. In welcher Branche / in welchem Geschäftsbereich sind Sie tätig?
2. Handelt es sich bei Ihrer Firma um ein produzierendes oder Dienst leistendes Gewerbe?
3. Welche/s Produkt/e erstellen, veredeln oder vertreiben Sie?
4. Handelt es sich um ein oder mehrere Produkte?
  - A. Wie viele?
  - B. In welchen Mengen stellen Sie diese her?
  - C. Wie werden sie verpackt? (Verpackungsmaterial, Menge)
5. Betreiben Sie eine national oder international ausgerichtete Firma, oder wollen Sie nun oder in naher Zukunft international tätig werden?
6. Wenn International: Welche Probleme gibt es oder erwarten Sie mit Ihren Produkten bei den jeweiligen (Zoll- etc.) Behörden?
7. Gibt es grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen mit einschränkendem Charakter in Ihrer Branche?  
Wenn ja, welche?
8. Wie ordnen Sie sich jeweils im Vergleich zu Ihren Konkurrenten in den jeweiligen Marktsegmenten ein?

#### Bisherige Zielgruppe / Kunden

1. Falls Sie Produzent sind: Welche Kunden wollen Sie als Produzent erreichen, die Großhändler, Einzelhändler oder die Endkunden oder beide?
2. Wer ist / sind Ihre Zielgruppe/n, Kunden?
3. Wie viele Kunden besitzen Sie insgesamt?
4. Wie viele Kunden beliefern Sie im Jahr?
5. Wie groß ist der Anteil der Stammkunden?
6. Wie viele Einheiten beziehen Ihre Kunden (minimal, maximal, Jahresdurchschnitt)?
7. Handelt es sich aus Ihrer Sicht um eine homogene Zielgruppe mit gleichen oder zumindest ähnlichen Wünschen oder liegen mehrere Zielgruppen mit teilweise oder völlig unterschiedlichen Ansprüchen vor?
8. Existiert eine Kernzielgruppe?
9. Mit welchen Kundengruppen machen Sie tatsächlich (unabhängig von der Werbung oder Ihren Wünschen) insgesamt den größten Umsatz? (Umsatz pro Gruppe / Kategorie)
10. Welche sind Ihre lukrativsten Kunden (Personen, Firmen)?  
(Umsatz pro Person / Firma)
11. Wie lässt / lassen sich Ihre bisherige/n Zielgruppe/n sozial charakterisieren?

- A. Anteil der Männer / Frauen
  - B. Ledige / Verheiratete?
  - C. Familien?
  - D. Einkommen?
  - E. Bildung?
  - F. Beruf?
  - G. Wohnort/e (Inland / Ausland / lokal / regional, mobil)?
  - H. Ausländer?
  - I. Sonstiges?
- 
- 12. Oder handelt es sich um Firmen? Aus welcher Branche, wo ansässig, Umsatz etc.)
  - 13. Wie verhalten sich diese Kunden?
  - 14. Was erwarten diese Kunden von Ihren Produkten / Ihrem Service? (Allgemeines, auch Assoziationen wie "Gefühl von Freiheit" etc.)
  - 15. Welche Wünsche äußern Ihre Kunden allgemein / bezüglich Ihrer Produkte? (Praktische Anforderungen, z.B. geringer Preis, hoher Wirkungsgrad)
  - 16. Warum kaufen Ihre Kunden Ihre Produkte / Dienstleistungen?
  - 17. Welche der Kundenwünsche konnten Sie bisher nicht oder nicht vollständig erfüllen?
  - 18. Welche weiteren Wünsche könnten Ihre Kunden zukünftig an Sie stellen?
  - 19. Worin unterscheiden sich Ihre Kunden von denen Ihrer Konkurrenzfirmen?
  - 20. Wer benötigt Ihre Produkte / Dienstleistungen?
  - 21. Wer kauft Ihre Produkte / Dienstleistungen?
  - 22. Wer benutzt Ihre Produkte / Dienstleistungen?  
Dies muss nicht unbedingt der primäre Auftraggeber oder Käufer sein. (Sozialer Stand, Alter, Geschlecht, Einkommen, Wohnort, ...)
  - 23. Wie häufig werden Ihre Produkte / Dienstleistungen benutzt / gekauft? (Investitionsgüter, Konsumgüter)
  - 24. Zusammenfassend  
Wie sehen Ihre Kunden (auf Einzelpersonen reduziert) aufgrund der bisherigen Profile aus (Alter, sozialer Stand, Bildung, Einkommen, Wohnort etc.)?  
Reduzieren Sie alle auf höchstens fünf wichtige, klar definierbare Typen.

### Werbung allgemein

- 1. Besitzen Sie eine eigene Marketingabteilung?
- 2. Beauftragen Sie externe Marketingfirmen / -berater, Agenturen etc. für Ihre sonstigen Werbeaktivitäten?
- 3. Besitzen Sie eine ausgearbeitete Werbelinie?
- 4. Besitzen Sie einen Gesamtmarketingplan?  
Wenn ja: welche Aufgaben erfüllen hierin die klassischen Medien und in welchem Umfang?
- 5. Welche Medien benutzen Sie für Ihre Werbung bzw. haben Sie bereits einmal benutzt?
- 6. Wie, wann, mit welchem Aufwand (Zeit, Budget) werben Sie in diesen Medien?
- 7. Welche der benutzten Medien erwiesen sich Ihrer Meinung nach als am erfolgreichsten für die Werbung Ihrer Produkte / Dienstleistungen und warum?
- 8. Wie viele Werbekampagnen (welcher Art, welche Medien, Budget) führen Sie im Jahr durch?
- 9. Wie häufig ändern Sie hierbei das Aussehen (den Look) der Werbung? (Soll dies parallel auch im Internet geschehen?)
- 10. Betreiben Sie eine national oder international ausgerichtete Werbung, oder wollen Sie nun oder in naher Zukunft international Werbung betreiben?
- 11. Wenn International: Welche Probleme gibt es oder erwarten Sie bei der Werbung für Ihre Produkte im Ausland?
- 12. Wie suchen / finden Ihre Kunden normalerweise Ihre Dienstleistungen / Produkte?
- 13. Wie bezeichnen / beschreiben Ihre Kunden normalerweise Ihre Dienstleistungen / Produkte? (Wortwahl)

### Zielgruppen

1. Haben Sie bereits Umfragen bei Ihren (potentiellen) Kunden durchgeführt?
2. Haben Sie durch eine eigene Marktforschung oder ein Marktforschungsinstitut ein Kundenprofil erstellen lassen?
3. Liegen Ihnen Marktforschungsdaten Ihrer Branche bzw. Ihrer Kundenzielgruppe/n vor?
4. Welche Zielgruppe/n bewerben Sie in den klassischen Medien?

### Image

1. Wie ist das allgemeine Ansehen Ihrer Branche und Ihrer Firma in der Bevölkerung / Öffentlichkeit / Presse / bei Kunden / bei anderen Firmen / Branchen?
2. Was halten Ihre Kunden von Ihren Produkten / Dienstleistungen? (Qualität, Preis etc.)
3. Wie beurteilen Ihre Kunden Ihre Dienstleistungen / Produkte (Welche Adjektive, Verben, Nomen etc. benutzen sie hierbei)?
4. Was denken die Kunden Ihrer Konkurrenz über Ihre Produkte?
5. Was hält die Öffentlichkeit / Presse von Ihren Produkten?
6. Sind Ihre Produkte / Dienstleistungen einem großen, mittleren, kleinen Kreis der Bevölkerung bekannt?

### Konkurrenz

1. Haben Sie die competitive values Ihrer Firma mit denjenigen der Konkurrenz in Marktbeobachtungen verglichen?
2. Besitzen Sie eine Philosophie für die Corporate Identity und / oder einen Standard für Ihr Corporate Design? (Welche Logos und Motive etc. verwenden Sie für andere Werbemedien?)
3. Pflegen Sie ein bestimmtes Branding, eine Markenkonsistenz in Ihrer Werbung?
4. Gibt es typische Symbole für Ihre Firma, Ihre Branche, Ihre Produkte?

### Firmenstrategie / Marketing-Strategie

1. Welche Ziele (allgemein wirtschaftlich und spezifisch) visieren Sie mit Ihrer Firma / Ihren Produkten / Ihren Dienstleistungen kurzfristig, mittelfristig, langfristig an? (größere Marktanteile, mehr Kunden? In welche Richtung soll sich Ihre Marke entwickeln?)
2. Wie soll sich Ihr Internet-Auftritt in Ihre Firmenstrategie einpassen? Welche Ziele wollen Sie mit / ohne das Internet erreichen.
3. Welche Marketing-Strategie verfolgen Sie?

### Fragen zu Ihrem Internet

#### Ihre Ziele im Internet

1. Gehen Sie aus eigener Initiative ins Internet oder weil Ihre Konkurrenz dies plant oder bereits dort vertreten ist?
2. Wenn Sie einen Gesamtmarketingplan besitzen: welche Aufgaben soll Ihr Internet-Auftritt darin erfüllen?
  - A. für sich genommen
  - B. im Vergleich zu den klassischen Medien
3. Welche Erwartungen verbinden Sie mit einem Auftritt im Internet?
4. Welche geschäftlichen Ziele beabsichtigen Sie mit dem Internet-Auftritt zu erreichen? (z.B. Image, Kosten reduzieren, Umsätze erhöhen Gewinne steigern)

- A. Wollen Sie Ihre Firma darstellen, also eine allgemeine Imagepflege durchführen? / Wollen Sie primär informieren und dadurch indirekt primär Ihr Image aufbauen, das dann zu sekundären (Kauf-) Reaktionen führt?
  - B. Wollen Sie mit einem Auftritt im Internet primär Kosten reduzieren (z.B. Kundendienst verbessern durch im Internet zur Verfügung gestellte Fragen- und Antwortkataloge und Handbücher, Produktkataloge, entfallende oder reduzierte Telefonberatung, verringerte Korrespondenz, Kopierkosten, Einsparungen bei Werbekosten für andere Medien)
  - C. Oder wollen Sie sogar Kunden von sich abwimmeln bzw. umleiten?  
Letzteres gibt es z. B. in sportlichen Trendbereichen. Dort tätige Großhändler, die ihre Markenprodukte nur an Fachgeschäfte weiterliefern, werden ständig von den ungedulden Endkunden telefonisch wie schriftlich mit Anfragen überhäuft, deren Weiterleitung und Beantwortung viel Zeit und Geld kosten. Auch hierfür kann eine Werbung als Mischung von weiterführender Information und Imagepflege für die Firma und die Produktidee im Internet sinnvoll sein.
  - D. Wollen Sie mit dem Internet Einnahmen erzielen (z.B. Produkte / Dienstleistungen verkaufen)?
5. Welche primären und sekundären Aktivitäten in ihrer Firma gemäß der Porter´schen Wertschöpfungskette wollen Sie mittels Internet unterstützen?  
(Eine Wertschöpfungskette dient dazu, alle Aktivitäten eines Unternehmens zu systematisieren, welche die Leistung oder Kosten beeinflussen.)
- A. Eingangslogistik: Alle Aufgaben und Prozesse, welche mit der logistischen Unterstützung der Beschaffung verbunden sind?
  - B. Operationen: Alle Aufgaben und Prozesse, welche die Umwandlung von Input-Gütern zu Output-Gütern betreffen?
  - C. Ausgangslogistik: Alle Aufgaben und Prozesse, welche mit der physischen Distribution der Produkte bei einer konkreten Beauftragung zu tun haben?
  - D. Marketing und Vertrieb: Alle Aufgaben und Prozesse, welche die Ausgangslogistik bei auftragsunabhängigen Aktivitäten betreffen? (Z.B: Positionierung des Unternehmens und seiner Produkte; Verkaufsförderung)
  - E. Kundeservice: Aufgaben und Prozesse, welche mit der Werterhaltung und Wertvermehrung der Produkte und Dienstleistungen nach dem Verkauf zu tun haben?
  - F. Beschaffung: Alle sekundären und unterstützenden Aufgaben und Prozesse, welche den Einkauf von Rohstoffen, Hilf- und Betriebsstoffen, Maschinen Büroeinrichtungen, Gebäuden und Grundstücken betreffen?
  - G. Forschung und Entwicklung: Aufgaben und Prozesse, welche mit der Entwicklung und Weiterentwicklung der Produkte und Dienstleistungen betreffen?
  - H. Personalwirtschaft: Aufgaben und Prozesse, welche die Personalplanung, den Personaleinsatz und die Aus- sowie Weiterbildung betreffen?
  - I. Unternehmensinfrastruktur: Aufgaben und Prozesse, welche die Planung, Unternehmensführung, Finanzen, Qualitätssicherung, interne Kommunikation, Kollaboration und das Rechnungswesen betreffen?
6. Beabsichtigen Sie, Ihr Verkaufsnetz zu unterstützen?
  7. Wollen Sie direkte elektronische Bestellungen Ihrer Endkunden über das Internet abwickeln?
  8. Wollen Sie Produkte an den Großhandel, den Einzelhandel oder direkt an den Endkunden vertreiben?
  9. Wollen Sie Dienstleistungen für Firmen oder für Privatpersonen anbieten?
  10. Wollen Sie eine Kombination aus allem durchführen?
  11. Wie sollen die strategischen Werte Ihrer Firma ins Internet übertragen werden, bzw. welche strategischen Werte wollen Sie im Internet umsetzen und in welchem Verhältnis?  
(Markenkonsistenz, Umsetzung der allgemeinen Werbelinie in Internet, Kundengewinnung und -bindung durch ständig aktualisierte Neuigkeiten zum Diskutieren,

- Konkurrenzbeobachtung und daraus folgend ständiges Mithalten bei der technischen und inhaltlichen "Aufrüstung" des Internet-Angebotes.)
12. Wie gewichten Sie die folgenden taktischen Faktoren eines Internet-Auftrittes: Inhalt (Texte), Design (Layout), Produktion / Erstellung des Codes (technische Features des Internet), Nützlichkeit / Funktionalität des Angebotes (Kontaktaufnahme, E-Mail, Formulare, Bestellung etc.)?  
Wie sollen sich diese taktischen Werte überschneiden?
  13. Wie gewichten Sie Kosten im Vergleich zu Qualität?

### Vorhandene Grundlagen

1. Verfügen Sie bereits über einen Internet-Anschluss (Access), E-Mail, Kenntnisse im Internet?
2. Besitzen Sie bereits einen Internet-Auftritt (Account, eine einzelne Web-Seite / eine komplette Website)? D.h. soll eine bestehende Internet-Werbung überarbeitet oder ein erstmaliger Auftritt erstellt werden?
3. Besitzen Sie eine eigene Domain (Firmennamen im Internet) bzw. wollen Sie so etwas? Wenn Sie derzeit keine Domain besitzen, wünschen Sie eine deutsche Domain (Endung .de) oder eine internationale (Endung .com oder andere)? Wir erklären Ihnen die diversen Vor- und Nachteile im Gespräch.

### Konkurrenz

1. Haben Sie die Internet-Auftritte Ihrer Konkurrenz bereits angesehen?
2. Was bieten diese ihren Kunden an?
3. Wollen Sie gleiche, ähnliche Produkte / Dienstleistungen bewerben, wie Ihre Konkurrenz?
4. Wollen Sie im Aufbau / Layout dasselbe, ähnliches, oder etwas anderes, das Sie von Ihrer Konkurrenz abhebt (anderes Design)?

### Kundenwünsche

1. Was fehlt bei der Konkurrenz im Internet, das Ihre Kunden jetzt oder in Zukunft wünschen?
2. Was wünschen Ihre Kunden im Internet zusätzlich
  - A. im Vergleich zur Konkurrenz
  - B. im Vergleich zu Ihrem bisherigen Angebot?
3. Bitte unterscheiden Sie hierbei in die drei Gruppen:
  - A. wichtigste Stammkunden
  - B. Normalkunden (Masse der Kunden)
  - C. potentielle Kunden, die sich bisher gegen Ihre Firma entschieden haben?
4. Wollen Sie, dass wir gemeinsam mit Ihnen erstellte Fragebögen an Ihre Zielkunden versenden, um weitere Wünsche und Hinweise durch deren Auswertung zu erhalten?
5. Soll Ihr Zielpublikum im Internet demjenigen in den klassischen Medien, bzw. Ihrem bisherigen Kundenkreis entsprechen, oder versuchen Sie, mit diesem Medium neue Zielgruppen anzusprechen?
6. Wollen Ihre Kunden Ihre (Werbe-) Botschaften / Informationen eher als Text oder als Grafik oder kombiniert? (Unterscheiden Sie bitte eventuelle Zielgruppen)
7. Charakterisieren Sie bitte die fünf wichtigsten typischen Kunden / Kundengruppen für das Internet und bringen Sie diese in eine Reihenfolge der Wichtigkeit für den Umsatz.
8. Welches ist die Kernbotschaft, die Sie dem Internet-Nutzer mit Ihrem Auftritt vermitteln wollen?

### Hinweis:

Falls Sie einen Kundendienst besitzen, befragen Sie auch ihn zu diesen Punkten.

### Inhalte

1. Welche Inhalte Ihrer Firma / Produktion / Dienstleistungen erscheinen Ihnen (subjektiv und spontan) für das Internet wichtig?
2. Beabsichtigen Sie Ihre Inhalte sehr häufig zu verändern?
3. Mit wie vielen Antworten (E-Mails, Bestellungen, ...) Ihrer Kunden über das Internet rechnen Sie? (je Tag / Woche / Monat)
4. Wie gedenken Sie die Daten dieser Anfragen zu bearbeiten?  
Sollen z. B. die Namen und Adressen der Anfragenden in andere Systeme exportiert werden, um z. B. für allgemeine Mailings zur Verfügung zu stehen,  
oder planen Sie sogar eine Verbindung zu einem Database-Management-System / Database-Marketing-System?  
Oder müssen die Daten zur Rechnungsstellung bei Produkten unter Wahrung des Datenschutzes mit der Buchhaltung verknüpft werden?
5. Planen Sie Electronic Commerce (die Bezahlung der Waren / Dienstleistungen mit elektronischem Geld oder zumindest per Kreditkarte) auf Ihrer Website einzusetzen?
6. Wenn Sie sich bereits technisch auskennen:  
Sollte man mit einer statischen Seitengestaltung beginnen oder benötigen Sie sofort eine dynamische Datenbank für das Web?
7. Wünschen Sie ein eigenes Redaktionssystem zur selbständigen Pflege der Inhalte Ihres Internet-Auftrittes?

### Personen

1. Wie viele Personen sind in Ihrer Firma am Entscheidungsprozess für den Werbeauftritt im Internet beteiligt?
2. Wer trifft bei Ihnen die Entscheidungen für die Werbung allgemein und speziell diejenige im Internet?
3. Wer entscheidet über die Strategie Ihrer Firma?
4. Wer ist in Ihrer Firma allgemeiner Ansprechpartner für das Internet-Projekt?
5. Wer ist bei Ihnen für die Bereitstellung von Texten, Fotos, Grafiken und sonstige Druckmaterialien für dieses Projekt zuständig?
6. Wer entscheidet als Redakteur bei Ihnen über die (textlichen, fotografischen) Inhalte und deren Qualität?
7. Wer erstellt / bearbeitet bei Ihnen die Inhalte / bereitet Sie für den Einsatz im Web vor?
8. Wer überprüft / redigiert sie? Wer liest die Internet-Texte Korrektur?
9. Wer gibt Layouts frei?
10. Wie detailliert wünschen Sie von mir über den gesamten Prozess informiert zu werden?
11. Möchten Sie oder andere Personen Ihrer Firma in den Entwicklungsprozess eingebunden werden?  
Wenn ja, in welchem Umfang?
12. Wer betreut bei Ihnen später das Feedback der Internet-Kunden (Anfragen über Telefon, E-Mail, Telefax)?
13. Wer von Ihnen veranlasst bzw. führt später die Aktualisierungen im Internet durch?

### Produktionsdetails

1. Wann soll das Projekt beginnen?
2. Bis wann soll Ihre Website (Ihr gesamter Internet-Auftritt) fertig gestellt sein und online gehen?
3. Innerhalb welcher Zeiträume soll Ihr Internet-Projekt erfolgreich sein?
4. Soll alles aus einer Hand für Sie erstellt werden, oder beabsichtigen Sie selbst parallel noch andere Firmen an Ihrem Web-Auftritt zu beteiligen? (z.B. Texter, Fotografen, Künstler, Grafiker, die bei der Gestaltung der Website mitwirken)

5. Wünschen Sie ein flexibles Design? (Sie beginnen mit einem kleinen Auftritt im Internet und bauen diesen systematisch aus.)  
Oder wollen Sie von Anfang an mit einer großen Website starten?
6. Wollen Sie Werbung anderer Firmen auf Ihrer Website erlauben?
7. Wollen Sie hierfür Geld verlangen?
8. Wollen Sie national, international deutschsprachig, international vielsprachig (welche Fremdsprachen) auftreten?
9. Wollen Sie die Website nach der Erstellung selbst verwalten?
10. Wollen Sie die Website nach der Installation selbst warten und / oder aktualisieren?
11. Wie wünschen Sie Ihre Dokumentation über die Fortschritte des Produktionsprozesses zu erhalten (in Papierform ausgedruckt, als E-Mail, auf CD)?
12. Möchten Sie eine/n passwortgeschützte/n Einsicht / Zugriff zu den in Arbeit befindlichen Werbeseiten zur täglichen Kontrolle des Fortschrittes?
13. Sind Sie an der persönlichen Identifizierung Ihrer Internet-Kunden interessiert? (mit der Möglichkeit der Direktwerbung bei diesen Interessenten)
14. Soll Ihre Website für alle Interessenten offen und empfangbar sein (große Reichweite) oder ist Ihnen an einem engeren oder sogar geschlossenen Benutzerkreis (Closed User Groups / mit Passwort geschützte Bereiche für eingetragene Mitglieder) gelegen?  
Wollen Sie sich die Option für eine Mischung aus beidem vorbehalten?
15. Welche Sicherheitsanforderungen stellen Sie?

## Budget

1. Quantifizieren Sie Ihre Erwartungen. Wie soll sich Ihre Investition auszahlen?
2. Wann soll sich die Investition auszahlen?
3. Listen Sie die notwendigen / gewünschten Eigenschaften auf.
4. Listen Sie den notwendigen / zu erwartenden Nutzen auf.
5. Wie sieht Ihr Internet-Controlling aus? Messen Sie Ergebnisse? Wenn ja: wie?
6. Wie messen oder bewerten Sie ein höheres Image durch eine gute Repräsentation Ihrer Firma im Internet? Sehen Sie dies als einen Wettbewerbsvorteil für Sie?
7. Ziehen Sie mehrere Szenarien in Betracht? Haben Sie erwogen, was Sie tun wollen, wenn Ihr in der ersten Stufe anvisierter Internet-Auftritt keinen / den erwarteten / einen unerwartet großen Erfolg zeitigt? Wie wollen Sie dann vorgehen?
8. Besitzen Sie ein festes Budget, das nicht aufgestockt werden kann, oder sind Sie bereit, es den Anforderungen und Ihren eventuell steigenden Wünschen flexibel anzupassen?
9. Wie groß ist Ihr Budget für die Erstellung des gesamten Internet-Auftrittes?
10. Wie groß ist Ihr Budget für die Wartung und Pflege des gesamten Internet-Auftrittes im ersten Jahr / in den folgenden Jahren?
11. Wie viele Internet-Seiten sollen Ihrer Meinung nach erstellt werden?
12. Wie viele Produkte / Dienstleistungen sollen Ihrer Meinung nach dargestellt werden?
13. Mit wie vielen anderen Firmen / Partnern wollen Sie bei diesem Projekt zusammenarbeiten?
14. Haben andere Firmen bereits an diesem Projekt gearbeitet?
15. Wie viel Geld wurde dafür investiert?
16. Sind deren Ergebnisse verfügbar?  
Sind deren Vorarbeiten verwendbar für die weitere Arbeit am Projekt?