

"Erfahrung nennt
man die Summe aller
unserer Irrtümer"

Thomas Alva Edison



*Ing. Artur Hartlieb
St. Corona 101
A-2572 Kaumberg
Tel.: 0664/810 58 59
office@hartliebmarketing.at
www.hartliebmarketing.at*

10 Gebote zum sicheren Flop

1. Bewege dich bei Innovationen auf ausgetretenen Pfaden, so kannst du auf Bekanntem aufbauen.
2. Halte dich nicht mit dem Konzept auf - nur in der raschen Umsetzung liegt der Erfolg.
3. Achte darauf, dass das Produkt nicht zu neuartig ist, sonst stößt es bei den Konsumenten auf Ablehnung.
4. Kreiere möglichst viele anspruchsvolle Features - die Werbung braucht ja etwas, das sie kommunizieren kann.
5. Achte darauf, relevante Kundennutzen für ALLE zu haben, so setzt du auf großes Marktpotential.
6. Neue Produkte müssen cash cows sein, daher den Preis möglichst hoch ansetzen. Etwas nachgeben kann man ja immer noch.
7. Setze vor allem auf rationale Produktvorteile - der Konsument orientiert sich daran.
8. Unterstütze die Innovation nicht kommunikativ, das Risiko einer Fehlinvestition ist hoch.
9. Alle Vorteile aus Herstellersicht musst du auf die Packung schreiben. Wäre ja schade um den vergeudeten Platz.
10. Starte die Markteinführung mit einer aggressiven Preispromotion, sie garantiert dir gleich einen Anfangserfolg.

Kontakt

Falls auch Sie an konkreten Impulsen interessiert sind, freue ich mich von Ihnen zu hören.

Berufliches

- Bis 2005 Abteilungsleiter Marketing und Kommunikation, NÖM AG
- Seit Feber 2006
- Selbständiger Marketingberater

Referenzen (Auszug)

- Agrarmarkt Austria
- Bäckerei Linauer & Wagner
- Berglandmilch
- café+co International
- Cayenne Werbeagentur
- Constantia Flexibles
- Eckes-Granini, YO
- Ennstalmilch
- Erdbeerzentrum Kürbisch
- Gmundner Molkerei
- Klosterquell
- Krainer
- Kreutzer, Fischer & Partner
- Lukesch Gastronomie
- Markant Werbeagentur
- NÖM AG
- Obersteirische Molkerei
- Schober Waldviertler Bio-Wurstmanufaktur
- Vendare
- Vitana
- Wojnar

Persönliches

Geburtsdatum: 4. Juli 1961, ledig, 1 Sohn
Private Interessen: Geschichte, Fotografie,
Psychologie, Musik, Bergsteigen



hartlieb marketing

lebensmittel / getränke / innovationen