



Projektmarketing aus Sicht eines Projektleiters

Wie wichtig ist für mich
als Projektleiter/in das
Projektmarketing?

Wie finde ich heraus,
was bezüglich Marketing
notwendig ist und
was übertrieben ist?

Was kostet ein Projekt-
marketing im Projekt?

Bekommt man auf
Aktionen entsprechende
Reaktionen und wie
zeigen sie sich?

?

Die fünf wichtigsten
Tipp's eines Betroffenen

pmm + v

Standardisierung des Projektmanagements in der Gruppe Verteidigung

Handbuch

Projekte/Prozesse

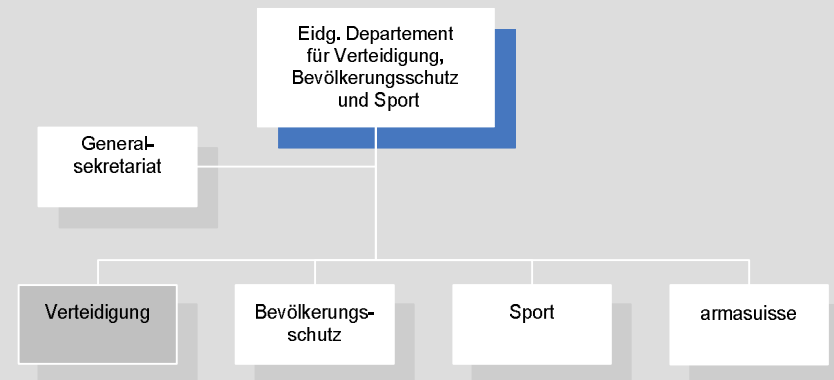
Projektmitarbeitende

1				
				42

Instrumente

Ein Projektlogo dient der aktiven Darstellung der Idee, des Inhaltes, der Ziele und Lösungswege des Projekts.

Der Kampf um die Ressourcen wird in den Projekten ausgetragen!



Armeeaufträge



Beiträge zur Friedensförderung im internationalen Rahmen

Kernkompetenz:
Raumsicherung und Verteidigung

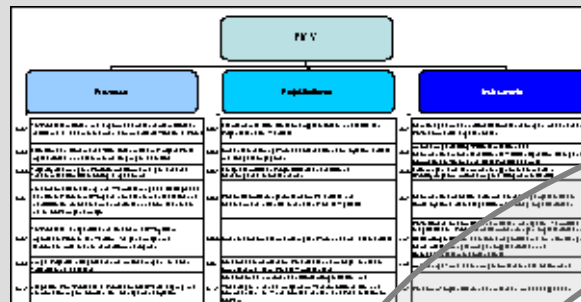
Subsidiäre Einsätze zur Prävention und Bewältigung existenzieller Gefahren



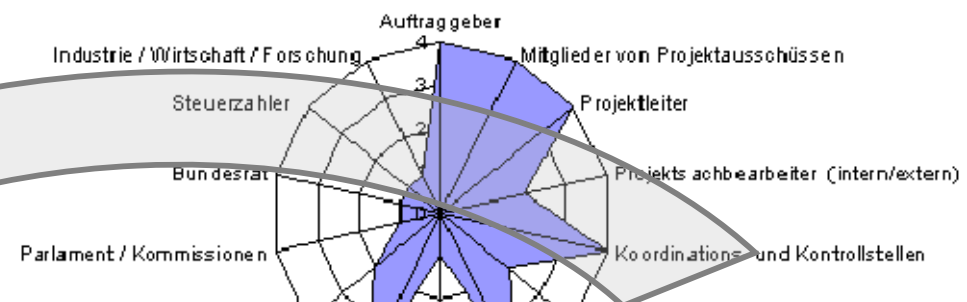
Mit einer guten Marketingstrategie können die Ziele des Projektes in Bezug zur Unternehmensstrategie (hier Aufträge) gebracht werden und so die Wichtigkeit des Ressourceneinsatzes begründet werden.



Projektstrukturplan



Business Case / Stakeholderanalyse



Die systematische Erarbeitung des Business Cases sowie des Projektplans gibt die notwendigen Informationen, einen Informationsplan zu erstellen. Aus diesen Grundlagen lassen sich die Marketingmassnahmen ableiten.

Projektbudgetplan



Informationsplan



Kommunikationsinstrumente sind primär dort einzusetzen, wo sie die grösste Wirkung erzielen!



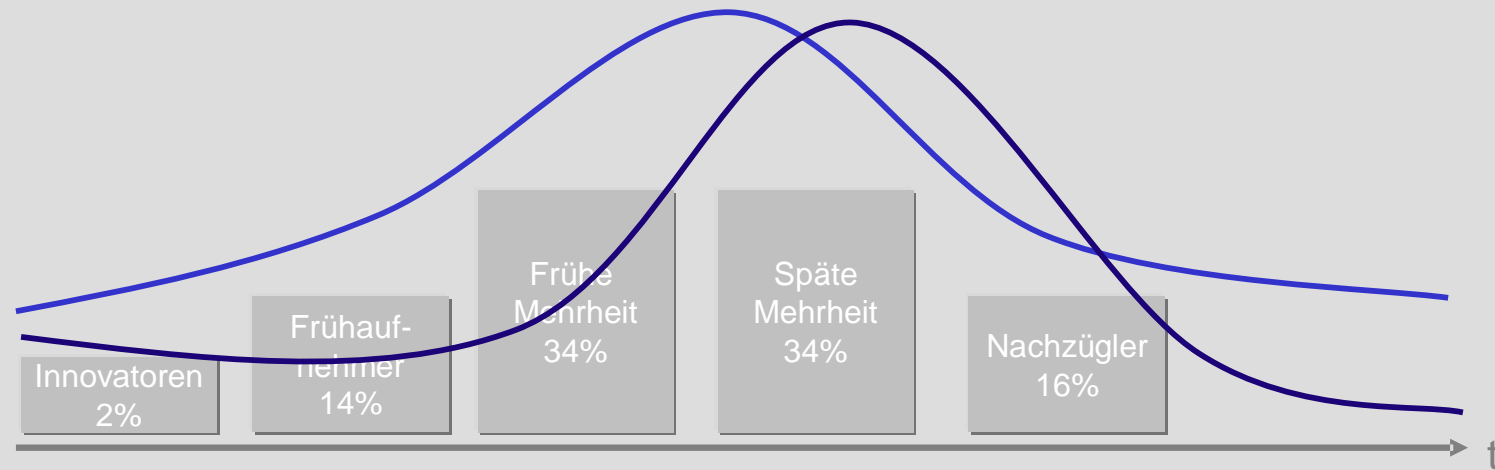
Konzeption	Realisation	Produktion	Fremdarbeiten
<ul style="list-style-type: none"> •Ideenfindung •Kreation •Präsentationen 	<ul style="list-style-type: none"> •Detailgestaltung •Besprechungen 	<ul style="list-style-type: none"> •Reinzeichnung •Masterfiles/Druck •Material/Admin 	<ul style="list-style-type: none"> •Texter •Give Aways



CHF ~50'000.--

Die Wirkung des Marketinginstrumentes lässt sich im 'virtuellen Markt' der Bundesverwaltung in Bezug auf die Rentabilität nur schwer messen. Etwas helfen mag, dass man sich mit Markttests und mit Erfahrung herantasten kann.

Die Reaktion auf eine Marketingaktion ist sehr individuell und stark von der Unternehmenskultur geprägt!



Einladungen



Flyer



Mailingkarten

Ideal ist, wenn es gelingt, die Mehrheit der Stakeholder *früh* für das Projekt zu gewinnen!

Um die notwendigen Informationen zu erhalten, ist eine umfassende Marktforschung resp. Stakeholder-Analyse durchzuführen.

- 1 Als Projektleiter/in bist Du für die Marketingmassnahmen verantwortlich
- 2 Überlege Dir gut, welcher Übermittlungskanal am effektivsten ist
- 3 Verwende einfache Botschaften, die verstanden werden können
- 4 Rechne mit Un- oder Missverständnissen, frage daher beim Empfänger nach
- 5 Evaluiere die Wirksamkeit der eingesetzten Mittel und halte die Ergebnisse fest

**Denk daran, als Projektleiter / Projektleiterin kannst Du
unmöglich alles selber machen!**

Kontaktier die internen und externen Marketingspezialisten!

(zB die visuell GmbH)