

Reduzierung Leerstand

Bei der Mehrzahl der Wohnungsunternehmen hat weiter mit dem Bevölkerungsrückgang zu kämpfen. Auch wenn die Anstrengungen für Vertrieb und Marketing intensiviert wurden, fehlt es oft an wirksamen Konzepten für die Akquisition neuer Mieter oder Mitglieder.

Wir setzen hier zunächst auf eine konsequent zielgruppengenaue Betrachtung aller in Frage kommenden Marktressourcen. Darüber hinaus ermitteln wir den heutigen und künftigen Bedarf je Angebotsgruppe. Durch eine Betrachtung der Kunden nach Persönlichkeitstyp, Generation und Milieu gelingt es uns, eine künftige Produktstrategie vorzuschlagen und treffsichere Botschaften für die Vermarktung zu formulieren.



Projektbeispiel

Vermarktungskonzept Umland, Strategisches Zukunftskonzept

- Analyse und Bewertung der Potentiale im Einzugsgebiet
- Definition und Priorisierung von Marktgebieten
- Wettbewerbsanalyse, Stärken-Schwächen-Vergleich
- Aufbereitung und Bewertung von biografischen Wechselszenarien
- Strategische Bestandsanalyse mit Entwicklungskonzeption
- Analyse von vorhandenen Markenstörungen sowie Vertriebs- und Marketingschwächen
- Entwicklung von statistisch gesicherten Aussagen zu Motiven, Lebenswelten und sozialer Situation
- Analyse der Adaption von geeigneten Kommunikationskanälen durch die priorisierten Zielgruppen
- Entwicklung von Vertriebsinstrumenten und Marketingmitteln
- Unterstützung beim Umbau des Unternehmens zu einem konsequent marktorientierten Unternehmen
- Befähigung der Führungskräfte und Mitarbeiter, Stärkung vertrieblicher und sozialer Kompetenzen

