



## Abschluss des MaC Village-Projekts

Die Geschichte des MaC Village-Projekts wurde durch "Learning by doing" Schritt für Schritt umgesetzt. Viele Male stolperten die Partner auf dem Weg und suchten nach neuen Lösungen für die unvorhersehbare Situation. Die größte Herausforderung war die Änderung des Hauptprojektkonzepts für die Workshops aufgrund der COVID-19-Situation. Letztendlich ist es uns aber gelungen, alle gesetzten Ziele zu erreichen und alle erforderlichen Workshops und Schulungen durchzuführen.

Im letzten Newsletter haben wir Ihnen entwickelte Geschäftsideen oder Pilotprojekte der teilnehmenden Partnerländer vorgestellt. In diesem Newsletter können Sie über die letzte Reihe von Schulungen lesen, die wir durchgeführt haben.



## Finanzierung

Ungefähr 80 % der neuen Produkte scheitern. Das ist eine besorgniserregende Statistik für jeden, der sich mit der Konzeption und Entwicklung eines Produkts befasst.

Inhalt:

Abschluss des MaC Village-Projekts

Training

- Finanzierung
- Zusammenarbeit und Auftragsvergabe
- Kunden und Zielgruppen
- Projektleitung und Unternehmensplanung
- Marketing, Vertriebssysteme
- Soziale Medien

Schlussfolgerung



Es gibt viele Faktoren, die zum Erfolg oder Misserfolg eines Produkts beitragen:

- die finanzielle Sicherheit des Unternehmens, das hinter dem Produkt steht,
- wie gut das Produkt vermarktet wird, und
- ob es etwas ist, was die Verbraucher wollen.

Der Markteinführung eines Produkts wird jedoch oft weniger Aufmerksamkeit geschenkt, als sie verdient. Die richtige Produkteinführung ist *entscheidend*. Wenn Sie es falsch machen, sinken die Chancen, dass Ihr Produkt zu den 20 % erfolgreich durchgesetzten Produkten gehört, erheblich.

Die Auszubildenden lernten die 5-Schritte-Prinzipien des guten Finanzierens kennen:

1. Schaffung einer einzigartigen Verkaufsposition
2. Definierung des Zielpublikums
3. Einholung der Zustimmung des gesamten Teams
4. Wahl des richtigen Zeitpunkts für den Verkaufsstart
5. Diversifizierung der Marketingstrategie

Die Teilnehmer lernten auch verschiedene Finanzierungsquellen wie europäische Fonds, Bankkredite, Investoren und Crowdfunding-Praktiken kennen.



## Zusammenarbeit und Auftragsvergabe

Collaborative Vereinbarungen sind ein Ansatz zur Gestaltung von Verträgen, die eine Angleichung der Interessen - in erster Linie der kommerziellen Interessen - zwischen den Beteiligten (d. h. nicht nur den Vertragsparteien) herbeiführen, die an einem gemeinsamen Vorhaben beteiligt sind und/oder ein gemeinsames Ziel verfolgen.

Es wurden die 5 Wege zum kooperativen Contracting vorgestellt:

1. mehrstufige Struktur
2. Focus auf den Wert, nicht auf den Fortschritt
3. Preise in einzelnen Stufen
4. Stornierungsmöglichkeiten
5. das Team finanzieren, nicht das Ergebnis





## Kunden und Zielgruppen

Eine Zielgruppe von potenziellen Kunden, an die ein Unternehmen verkaufen möchte, schaffen. Der Zielmarkt ist ein Teil des Gesamtmarktes für eine Ware oder Dienstleistung. Die Grundlage für die Bestimmung Ihrer Kundengruppe ist die demografische, geografische und psychografische Segmentierung, die in der Schulung besprochen wurde.

## Projektleitung und Unternehmensplanung

Eine Start-up-Idee ohne Businessplan ist nur eine Idee, auch wenn sie noch so bahnbrechend innovativ sein mag. Ein Businessplan ist ein argumentatives Dokument, das den Leser überzeugen soll, Geld in ein Unternehmen oder ein Projekt zu investieren. Der Plan muss die folgenden Fragen beantworten:

- Wer sind Sie (Rechtsform, Eigentum, Standort usw.)?
- Was verkaufen Sie (Produkt, Dienstleistung)?
- An wen verkaufen Sie (Kunden)?
- Wie verkaufen Sie (Vertriebskanäle, Marketingplan)?
- Wer ist die Konkurrenz?
- Wie sieht der Umsetzungsplan aus (Etappenziele, Zeitplan)?
- Wie wird das Produkt hergestellt (Herstellungsverfahren, Lieferanten, Technologie usw.)?
- Wie hoch ist der Finanzierungsbedarf (Betrag, Finanzierungsquelle)?
- Wie hoch ist die erwartete Investitionsrendite (Cashflow-Prognose)?



## Marketing, Vertriebssysteme

Ein Vertriebssystem umfasst die Lieferung von Materialien von der Herstellung über den Vertrieb bis hin zum Endkunden. Es besteht aus allen Methoden, Verfahren und Ausrüstungen, die für den Warenfluss von einem Unternehmen zu den Endverbrauchern eines Produkts erforderlich sind. Ein Vertriebssystem ist ein wesentlicher Bestandteil eines Unternehmens. Der Erfolg eines Unternehmens hängt weitgehend von seinem Vertriebssystem ab.

Arten von Vertriebssystemen:

### Direktverkauf

Der Direktvertrieb kann definiert werden als der Verkauf von Produkten direkt vom Hersteller an den Käufer ohne Einschaltung eines Händlers oder Zwischenhändlers. Diese Art des Vertriebssystems ist für Produkte geeignet, die weder zu teuer noch zu billig sind.

Beim Direktverkauf kommuniziert der Verkäufer selbst mit den Kunden und liefert die Ware ohne Zwischenhändler an den Kunden. In der heutigen Zeit, mit der Einbeziehung des Internets in das Geschäft, ist der Direktverkauf sehr populär geworden.

Der Vorteil des Direktverkaufs besteht darin, dass Sie die Möglichkeit haben, direkt mit Ihren Kunden in Kontakt zu treten.

### **Großhändler und Einzelhändler**

Bei dieser Art von Vertriebssystem werden die Produkte an Zwischenhändler verkauft, die sie an den Endverbraucher weiterverkaufen. Der Verkauf über Groß- und Einzelhändler ist eine hervorragende Möglichkeit, eine große Zahl von Kunden zu erreichen.

Diese Art von Vertriebssystem eignet sich sowohl für teure als auch für preiswerte Artikel, die jedoch mindestens 1 oder 2 Tage haltbar sind. Bei dieser Methode kauft der Zwischenhändler die Produkte vom Hersteller und übernimmt das Risiko, wenn sich die Produkte nicht gut verkaufen. Diese Art des Vertriebssystems ist sehr beliebt, da sich der Hersteller bei dieser Methode nicht um den Vertrieb und die Vermarktung des Produkts kümmern muss.

Der Vorteil dieser Art von Vertriebssystem ist, dass die Kunden den Groß- und Einzelhändlern bereits vertrauen, da sie bereits mit ihnen Geschäfte gemacht haben. Ihr bereits aufgebautes Vertrauen wird den Verkauf Ihrer Produkte fördern.

### **Vertriebshändler und Makler**

Wenn Sie Ihr Produkt über Vertriebshändler und Makler verkaufen, erhalten diese eine bestimmte Provision auf den Gesamtumsatz, den sie erzielt haben. Diese Methode ist vorteilhaft, um Ihr Produkt in entlegenen Gebieten zu vertreiben.

Diese Methode ist die teuerste Art des Vertriebssystems, und Unternehmen, die eine erhebliche Gewinnspanne haben, wählen in der Regel diese Methode. Außerdem wird diese Methode auch von neuen Unternehmen genutzt, wenn sie versuchen, ihr Geschäft auf dem Markt zu etablieren. Diese Vertriebsmethode ist in der Lebensmittelindustrie sehr beliebt.

## Soziale Medien

S Social-Media-Marketing ist die Nutzung von Social-Media-Plattformen und Websites zur Werbung für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Obwohl E-Marketing und digitales Marketing in der akademischen Welt nach wie vor die vorherrschenden Begriffe sind, erfreut sich das Social Media Marketing bei Praktikern und Forschern gleichermaßen zunehmender Beliebtheit. Unternehmen wenden sich durch Social Media Marketing an eine Reihe von Interessengruppen, darunter aktuelle und potenzielle Kunden, aktuelle und



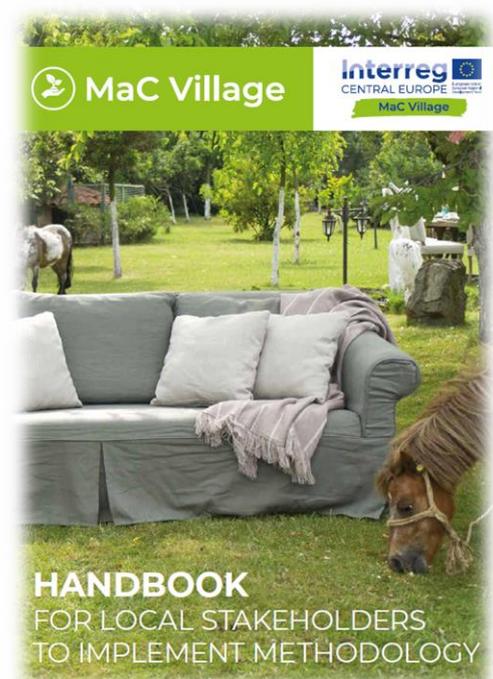
potenzielle Mitarbeiter, Journalisten, Blogger und die allgemeine Öffentlichkeit. Auf strategischer Ebene umfasst Social Media Marketing das Management einer Marketingkampagne, die Steuerung, die Festlegung des Umfangs (z. B. aktivere oder passivere Nutzung) und die Etablierung der gewünschten "Kultur" und des "Tons" eines Unternehmens in den sozialen Medien.

Soziale Medien können nicht nur als Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit und des Direktmarketings genutzt werden, sondern auch als Kommunikationskanäle, die sich an ganz bestimmte Zielgruppen richten, wobei Social Media-Influencer und Social Media-Persönlichkeiten als wirksame Instrumente zur Kundenbindung dienen. Diese Taktik ist weithin als Influencer Marketing bekannt. Influencer Marketing bietet Marken die Möglichkeit, ihre Zielgruppe auf eine authentischere Art und Weise über eine spezielle Gruppe ausgewählter Influencer zu erreichen, die für ihr Produkt oder ihre Dienstleistung werben. Laut Schätzungen von Business Insider Intelligence auf der Grundlage von Daten von Mediakix, werden Markenvermarkter bis 2022 bis zu 15 Milliarden US-Dollar für Influencer Marketing ausgeben.

Soziale Netzwerke werden in vielen Fällen als ein großartiges Instrument zur Vermeidung kostspieliger Marktforschung angesehen. Sie sind dafür bekannt, dass sie eine kurze, schnelle und direkte Möglichkeit bieten, ein Publikum über eine weithin bekannte Person zu erreichen. Ein Sportler, der beispielsweise von einem Sportartikelhersteller unterstützt wird, bringt auch seine Unterstützerbasis von Millionen von Menschen mit, die sich dafür interessieren, was er tut oder wie er spielt, und die nun Teil dieses Sportlers sein wollen, indem sie ihn bei dem betreffenden Unternehmen unterstützen.

## Schlussfolgerung

Zum Abschluss des Projekts haben die Partner ein Innovationshandbuch erstellt, in dem der im MaC Village-Projekt erprobte Innovationsprozess vorgestellt wird, der lokalen Akteuren helfen kann, Innovationen in ländlichen Gebieten zwischen Unternehmen und Vertretern der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKI) zu initiieren. Die daraus entstehenden Netzwerke und Geschäftsmodelle geben Impulse für neue Wirtschaftsstrukturen und bringen Innovationen in die Regionalentwicklung im ländlichen Raum.



Follow and share our news in social media



For more information, please contact at E-ZAVOD, [ksenija\(at\)ezavod.si](mailto:kсенija(at)ezavod.si)



Danube Development Transnational  
Group Nonprofit Ltd.



You may unsubscribe or change your contact details at any time.