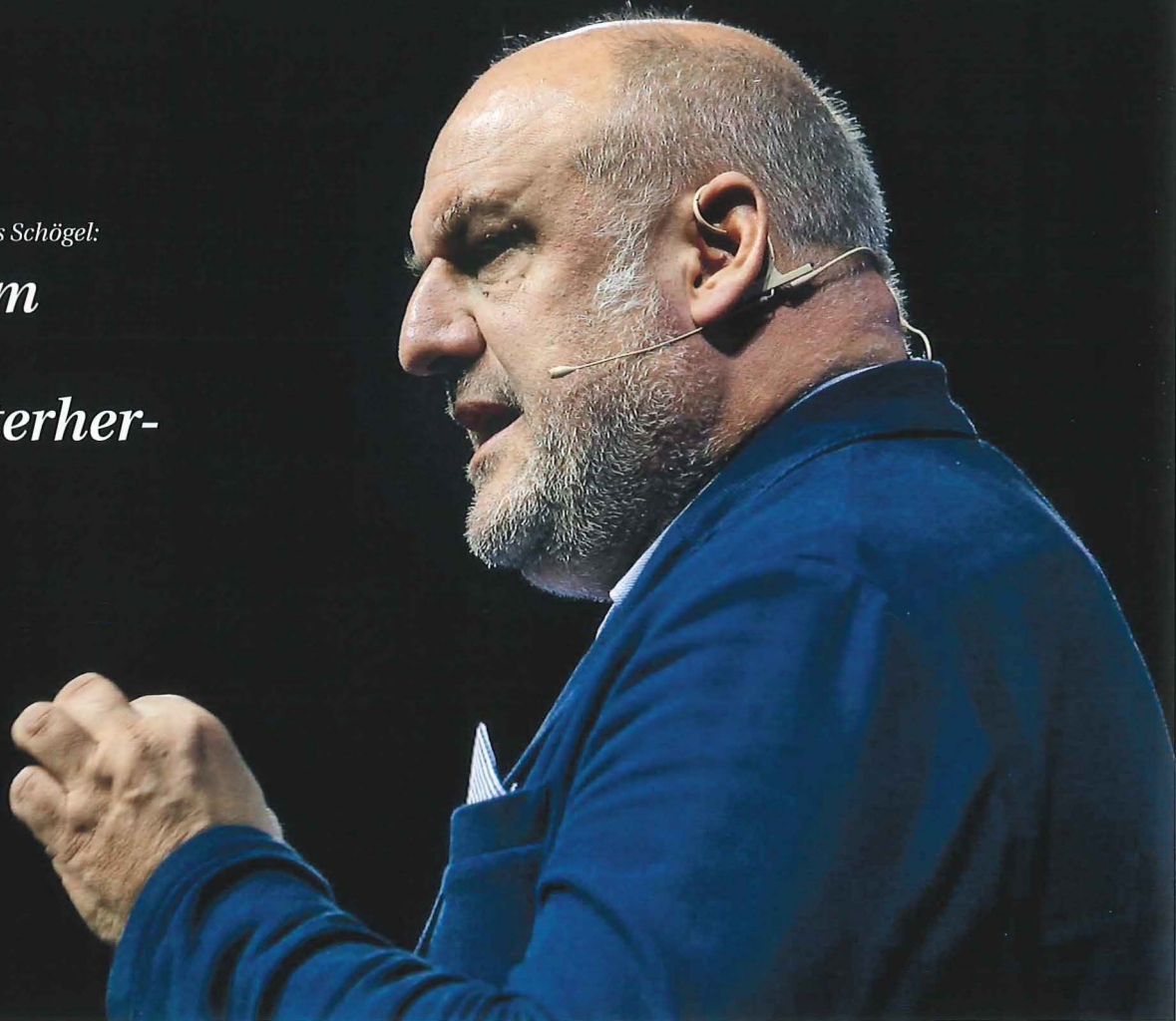


IfM-HSG-Direktor Marcus Schögel:

**Nicht jedem
digitalen
Trend hinterher-
laufen.**



Blick hinter die Kulissen

Welche Stationen durchläuft ein Kunde, bevor er sich zum Kauf entscheidet – oder eben nicht? Darüber weiss Marcus Schögel bestens Bescheid. Der Direktor des Instituts für Marketing an der Universität St.Gallen gab am diesjährigen KMU-Tag Tipps, wie Unternehmen es schaffen, sich zu differenzieren.

Was spielt das Zünglein an der Waage, ob ein Kauf zustande kommt? Wie schafft es ein Unternehmen, sich in der heutigen schnelllebigen Zeit noch differenzieren können? Und wie können die Marketingstrategien mit digitalen Möglichkeiten verbessert werden? Diese Fragen bringen so manches

«Nur eines von tausend Start-ups schafft es, ein relevantes Unternehmen zu werden.»

Start-up zum Verzweifeln. Marcus Schögel hat Betriebswirtschaft studiert und ist heute Direktor des Instituts für Marketing an der Universität St.Gallen. Wie sich ein Unternehmen verkauft oder welche Marketingmassnahmen am besten greifen, kennt er aus dem täglichen Geschäft.

Sich Unterstützung zu holen, sei wichtig. Gerade im Hinblick darauf, weil die nackten Zahlen nicht unbedingt zur Beruhigung beitragen. Nur eines von tausend Start-ups schaffe es, ein relevantes Unternehmen zu werden, sagte Marcus Schögel. Umso wichtiger sei es, folgenden Tipp zu beachten: Nicht jedem digitalen Trend hinterherzulaufen, beobachten, was passiert – und vor allem, was bleibt, so Schögel. Am diesjährigen KMU-Tag gab Schögel darüber Auskunft, welche Möglichkeiten es im Channel-Management, digitalem Marketing und der Realisierung kundenzentrierter Unternehmensstrategien gibt.

Text: Manuela Bruhin

Bild: Roger Sieber