

# Denkpause!

*Verbannen Sie Ihre Denkprozesse nicht länger in sporadische Offside-Meetings, sondern verankern und fördern Sie diese im Alltag als Teil der Unternehmenskultur.*

Petra Rüegg, Kommunikationsexpertin

**B**esser, billiger, schneller – um dieses Wettbewerbskarussell drehen sich in scheinbar immer grösserer Geschwindigkeit die unternehmerischen Geschicke. Für zukunftsorientierte Denkpausen und die Entwicklung frischer Ideen ist in der täglichen Arbeitsflut kaum Zeit. Clevere Unternehmer verschreiben sich deshalb ihre Denkpausen selbst. So selbstverständlich wie «Arzt- oder Trainingstermine» sind diese regelmässig an Randzeiten, über Mittag oder während günstigen Zwischenphasen in der Agenda reserviert. Eine neue Gewohnheit, die auch Sie und Ihr Unternehmen mit neuer Energie und Klarheit belohnt.

**Die Wirkung Ihres Unternehmens** und der Produkte mit frischen Massnahmen zu stärken, bedeutet, sich laufend mit folgenden Fragen auseinanderzusetzen:

- > Was stiftet aussergewöhnlichen Kundennutzen?
- > Was löst das Kundenproblem noch detaillierter?

Dazu braucht es parallel zum Tagesgeschäft Raum, um gezielt Potenziale, Kreativität und Innovation zu fördern und die Hauslogik durch bewussten Perspektivenwechsel zu bereichern. Zwar fehlt es oft nicht an der Kreativität und den Ideen zur Positionierung von «Innovationen». Die Herausforderung liegt viel mehr in der Profilierung mit wirklichen «Problemlösungen». Damit Sie die Veränderungen der Bedürfnisse Ihrer Kunden erkennen und diese fassbar formulieren können, bieten sich wertvolle Möglichkeiten:

- > **Impulsgespräche;** Sie nutzen den regelmässigen Gedankenaustausch mit einem neutralen Sparringspartner ausserhalb Ihres Umfeldes, um Fragen mit der notwendigen Aussensicht und frischen Impulsen zu beantworten.
- > **Kunden-Welten;** Sie spielen Ihre Angebote und Dienstleistungen in verschiedenen Szenarien

aus der «Kundenperspektive» durch und initiieren eine Art «Mystery-Shopping».

- > **Diskursführungen;** Sie aktivieren unterschiedliche Bereiche und Abteilungen für die Entwicklung neuer Ideen in einem begleiteten und zielorientierten Prozess.
- > **Open-Innovation-Workshop;** Sie involvieren relevante Anspruchsgruppen intern und extern in den Innovations-Denkprozess, um frische Lösungen und wirkungsvolle «Inszenierungen» zu entwickeln.

**Ihre wahrnehmbare Kultur,** Ihr Handeln und aktiver Dialog mit relevanten Anspruchsgruppen sind Ihre Erfolgsfaktoren. Storytelling kann ein erfolgreicher Weg sein, Ihre nun definierten Botschaften «hirngerecht» in Szene zu setzen und so Vertrauen, Sympathie und Ihre Kompetenz zu vermitteln. Der direkte Weg in unser Gehirn und Unterbewusstsein erfolgt gemäss neurowissenschaftlichen Erkenntnissen leichter durch die Verknüpfung der Botschaft mit Bildern, Symbolen und Geschichten. Rund 80% aller Reize werden dabei über das Auge aufgenommen. Dies entspricht rund zehn Millionen Bit/Sek. Allerdings gelangen davon nur 40 Bit/Sek. in unser Unterbewusstsein.

**Leisten Sie sich also Denkpausen.** Damit Ihre Botschaft im Wettbewerb auch den Weg zu Ihren Kunden findet, lohnt es sich, stetig an erfrischenden Konzepten zu feilen und aussergewöhnliche Massnahmen zur Stärkung Ihrer Wirkung zu entwickeln. Ein guter Grund, sich im Alltag regelmässig Zeit für frische Impulse zu leisten und fix einzuplanen, damit Sie Ihre Kunden immer wieder von Neuem für sich begeistern können.



Petra Rüegg ist Inhaberin von QPM Marketing Services und Expertin, wenn es um Wirkung und Wahrnehmung geht. Sie begleitet Unternehmen und Entscheidungsträger in der Entwicklung frischer Ansätze und Konzepte.

**QPM Marketing Services – Quality.Perception.Management** – Forchstrasse 418, 8702 Zollikon, T 044 559 04 45, [petra.rueegg@qpm-ms.ch](mailto:petra.rueegg@qpm-ms.ch), [www.qpm-ms.ch](http://www.qpm-ms.ch)