

# Wann haben Sie letztmals Ihren Firmenauftritt aus gesamtheitlicher Perspektive unter die Lupe genommen?



*Fokussieren Sie auf die wirkungsvollsten Marketing- und Kommunikationsmassnahmen.*

**Geht es Ihnen auch so, dass viele Variationen Ihrer Marketing-Kommunikationsmassnahmen mit der Zeit im wirren Geäst wenig Wirkung zeigen? „In einem sich stets veränderndem Umfeld überleben diejenigen Organismen, welche die besten Variationen entwickeln“, Worte von Charles Darwin, die den Nerv der Zeit treffen. Nachfolgend ein paar Tipps, wie Sie den Unternehmensauftritt mit Ihren besten Variationen wieder in Form bringen.**

## **Kosten optimieren.**

Während dem Jahr entwickeln Sie neue Projekte, Produkte und Massnahmen, die massgeblich zu Ihrem Unternehmenserfolg beitragen sollen. Sie erstellen neue Broschüren, bauen Ihren Internet-Auftritt aus, organisieren Kundenanlässe, präsentieren sich an Messen, verschicken Mailings und Newsletter. Nicht selten werden dadurch auch Marketing-Ausgaben aufgrund von Gelegenheiten und weniger aus strategischen Überlegungen getätigt. Mit der Zeit können sich so unnötige

Ausgaben etablieren, die man einfach kappen könnte. Es lohnt sich deshalb, wie beim Frühlingschnitt im Garten, Ihre Marketing- und Kommunikationsmassnahmen jährlich nach unnötig gewachsenen Verästelungen zu überprüfen. Mit einem systematischen und gesamtheitlichen Generalcheck\* durch einen Experten erhalten Sie nicht nur eine budgetwirksame Entscheidungsgrundlage in die Hand, sondern Sie können damit Ihre Kosten und die Planung des Marketing-Mixes gezielter optimieren.

## **Vertrauensvorteile schaffen.**

Bekanntlich ist jeder Kontaktpunkt mit Ihnen und Ihrem Unternehmen relevant. Wo und wie wirkungsvoll Ihre Botschaft jedoch ankommt, entscheiden schlussendlich Ihre bestehenden und potentiellen Kunden. Neurowissenschaftliche Erkenntnisse zeigen auf, dass Menschen grundsätzlich stärker auf Geschichten reagieren. Es sind die entstehenden einprägsamen und einleuchtenden Bilder in unserem

Kopf, die es vereinfachen, etwas zu verstehen. Überlegen Sie sich z.B. bei Ihrem nächsten Mailing oder Anlass, welche Geschichte Ihnen helfen könnte, Ihr Unternehmen und die Kompetenz noch verständlicher und erlebbarer zu vermitteln. Involvieren Sie bei Bedarf einen externen Sparringpartner, der Sie professionell mit relevanten Fragestellungen im Entwicklungsprozess unterstützt und begleitet.

## **Zeitgemäss kommunizieren.**

Die zeitgemässe Kommunikation ist ein umfassendes Thema und kann sich natürlich gezielt damit auseinandersetzen, ob Sie als Unternehmen in den Sozialen Medien aktiv sein sollten. Wenn Sie aber daran interessiert sind, den Unternehmensauftritt aus einer gesamtheitlichen Perspektive zu optimieren, sollten Sie auch die strategischen, konzeptionellen und taktischen Fragen regelmässig überdenken wie z.B.

# Wertvolle Denkpause für einen Generalcheck

- ★ Wie hat sich der Markt verändert, den Sie bearbeiten (z.B. durch neue Technologie)
- ★ Inwiefern hat dies Auswirkungen auf das Kundenverhalten?
- ★ In welchen Kommunikationskanälen bewegt sich die Zielgruppe heute/morgen?
- ★ Welche Massnahmen sind wichtig und erforderlich, um darauf vorbereitet zu sein?
- ★ Wie sind Mitbewerber bereits darauf vorbereitet? Wo ergeben sich Vorteile?

Sie werden daraus die für Sie besten Varianten ableiten können.



## Aus Kundensicht kommunizieren.

Natürlich kann zeitgemäss kommunizieren auch heissen, dass Sie Ihre Botschaften bewusster aus Kundensicht formulieren. Testen Sie selbst, welche Broschüren, Mailings, Einladungen, Websites Sie besonders ansprechen und begeistern. Achten Sie auf

die Ansprache, Formulierungen, Bebilderung und welches spezifische Bedürfnis bei Ihnen angesprochen wurde. Probieren Sie es selbst aus und lassen Sie sich überraschen. Es ist keine Kunst, die Aussenperspektive bei der Formulierung einzunehmen. Im Gegenteil. Es macht Freude, wenn Ihre Kunden diese Einstellung wahrnehmen. Der Rest ist Trainingssache und dafür gibt es genügend Profis, die Sie unterstützen können.

## Sie wollen etwas bewegen.

Der QPM-Wirkungsmonitor ist ein systematisch begleiteter Prozess, um Ihren Firmenauftritt aus gesamtheitlicher und aus Kundenperspektive zu überdenken und wo notwendig zu optimieren. Ziel ist es, in regelmässigen Abständen zu überprüfen

- ★ wie Ihre Marketing- und Kommunikationsmassnahmen auf Ihre Strategie abgestimmt sind
- ★ wie Ihre Massnahmen im Einklang mit den zeitgemässen Bedürfnissen stehen
- ★ welche Lösungswege und Optionen Ihnen helfen, Ihre Kompetenz wirkungsvoll bei Ihrer Zielgruppe zu kommunizieren.

Beim ersten Generalcheck geht es auch darum, die relevanten Kontaktpunkte zu Ihren Zielgruppen zu erfassen, um Potentiale noch gezielter zu nutzen. Dafür werden gemeinsam die Kundenprofile entwickelt, die dabei unterstützen, die Massnahmen und Ansprache bei Bedarf noch besser darauf auszurichten.

In einem unverbindlichen Impulsgespräch können Sie im Vorfeld von Entscheidungen klären, wo für Sie mögliche Potentiale liegen und wie Ihre Vorstellungen umgesetzt werden könnten.

Ihre Investition für ein Impulsgespräch liegt bei CHF 220.-- + MWST für 1 Std, weitere angefangene Std. CHF 180.-- + MWST, Fahrspesen Raum Zürich inbegriffen, Dokument Problemstellung & Kurzreflexion auf Wunsch.

Sie wollen etwas bewegen. Ich unterstütze Sie gerne dabei.

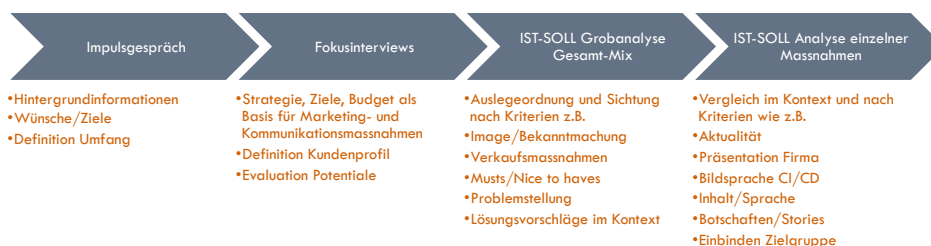
Petra Rüeegg

Mit dem systematischen Generalcheck\* QPM-Wirkungsmonitor erhalten Sie ein budgetwirksames Management-Papier

## QPM-Wirkungsmonitor<sup>©</sup>



Damit Sie sich aus gesamtheitlicher Perspektive auf Ihre wirkungsvollsten Marketing- und Kommunikationsmassnahmen fokussieren können.



### Petra Rüeegg

ist Inhaberin von QPM Marketing Services und Experte in der Marketing-Kommunikation. Sie begleitet Unternehmen und Entscheidungsträger in der Entwicklung eigenständiger Auftritte.

### QPM Marketing Services

Quality.Perception.Management  
Forchstrasse 418, 8702 Zollikon,  
Tel. 044 559 04 45.  
petra.rueegg@qpm-ms.ch  
www-qpm-ms.ch