



Goethe für Unternehmen: „Alles, was uns imponieren soll, muss Charakter haben“

(Johann Wolfgang von Goethe)

Die Märkte befinden sich im ständigen Wandel, die Kommunikationsmedien ändern sich und die Welt scheint irgendwie zu schrumpfen. Zu viele Anbieter tummeln sich offensichtlich gerade dort, wo man selber zu punkten versucht. Wo viele um das gleiche Stück Kuchen buhlen, hilft nur eines, man muss seinen Bezugsgruppen nachhaltig ins Auge fallen. Das gelingt, **wenn Sie Ihr Unternehmen eindeutig, unverwechselbar und mit einem charakteristischen Erscheinungsbild positionieren!**

Positionierung bedeutet unter anderem, in der Vorstellung der Kunden **der oder die EINE sein unter den vielen anderen**. Erstes Ziel also ist, dass sich Ihr Unternehmen vom Wettbewerb auch optisch klar zu unterscheidet und es sich mit seinem unverwechselbaren Charakter visuell markant positioniert. Ihre Produkte und/oder Ihre Dienstleistungen unerwartet und erlebnisorientiert zu präsentieren unterstützt die Aufmerksamkeitsgewinnung nachhaltig.





In 7 Schritten zu begeisterten Kunden.

Eine charakteristische Positionierung des Unternehmens fällt auf und bleibt lange in Erinnerung. Grundlage dafür ist ein bewusstes und authentisches Unternehmens-Profil.

Jedes Unternehmen hat von Natur aus ein unverwechselbares Profil. Wachstum und Entwicklungen bringen allerdings Veränderungen mit sich. Im Alltagsgeschäft geht diese Veränderung oft unter oder wird bewusst nicht wahrgenommen – so lange „es läuft“.

Starke Profile machen das Rennen.

Wenn Sie das Profil Ihres Unternehmens grundsätzlich definieren oder es der Entwicklung anpassen möchten, kommen Sie mit einem klarem Corporate Profiling ans Ziel.

Fachleute für Corporate Profiling machen das sichtbar, was Ihr Unternehmen und sein Angebot unnachahmlich ausmacht. Die Unternehmerinnen und Unternehmer wissen das zwar oft bereits. Weil sie aber in der Regel „zu nahe dran sind“ können sie es alleine kaum in Worte oder Bilder fassen.

Die bewährteste Methode führt per Interview durch die sieben grundsätzlichen Fragen der „Positionierungspyramide“. Insgesamt beantworten Sie dabei über sechzig Detailfragen z. B. zu folgenden Themenkreisen:

- 1 Welches sind die Beweggründe für die Kaufentscheidung der Kunden?
- 2 Welchen emotional und rational relevanten Nutzen bietet das Angebot an sich?
- 3 Woraus besteht die Charakteristik (Markenpersönlichkeit) des Unternehmens?
- 4 Welchen Grund haben die Kunden, das Produkt zu erwerben (Nutzenargumentation)?
- 5 Woraus besteht das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens?
- 6 Woraus besteht der Markenkern, die Kernaussage des Angebotes/Unternehmens?
- 7 Woraus besteht das Schlüsselbild des Unternehmens (Wofür steht das Unternehmen)?

Sie gewinnen ein modernes, charakteristisches und unverwechselbares Unternehmensprofil, können das Leitbild Ihres Unternehmens der Entwicklung anpassen und verfügen über einen aktuellen visuellen sowie inhaltlichen Kommunikationsleitfaden.

Damit können Sie Ihr Unternehmen auf allen Ebenen herausragend, unverwechselbar und nachhaltig positionieren.

Ihre Mitarbeiter, Kunden, Zulieferer und Geschäftspartner kommen in den Genuss, das Besondere, den Erfolg sowie die Entwicklungen Ihres Unternehmens auch visuell auf der Höhe der Zeit zu erleben.

Wir unterstützen Sie dabei.

Rufen Sie uns einfach an, wir beraten Sie gerne.