

Feinabstimmung der Geschäftsidentität

Strategische Kommunikation

Unternehmen müssen Beziehungen zu ihren Kunden aufbauen, um erfolgreich zu sein. Starke, beständige Beziehungen, die den Erfolg eines Unternehmens garantieren, basieren auf folgenden Faktoren:

- Herstellen von Vertrauen und Übereinstimmung
- Verstehen der Kundenanforderungen
- Bereitstellen eines wahren Nutzens für die Kunden

Diese drei Vorgaben beruhen in vielerlei Hinsicht auf einem zentralen Konzept: Die Beziehungen zwischen erfolgreichen Unternehmen und ihren Kunden sind von einem umsichtigen Verständnis und einer zuverlässigen Erfüllung von Anforderungen abhängig. Der erfolgreiche Geschäftsinhaber versteht, was Kunden benötigen und setzt alles daran, diesen Anforderungen gerecht zu werden.

Lassen Sie uns diese Aussage noch etwas weiterführen:

Um eine starke Beziehung zu Kunden aufzubauen, muss ein Unternehmen in der Lage sein, in einem kurzen und prägnanten

Leitspruch zusammenzufassen, welchen Nutzen es seinen Kunden bietet.

Ihr Elevator Pitch oder Leitspruch

Haben Sie bereits eine solche Zusammenfassung? Wenn nicht, dann wird es Zeit, dass Sie sich eine überlegen. Diese Zusammenfassung kann als Ihr „Elevator Pitch“ bezeichnet werden. (Die Bezeichnung rührt daher, dass sie so kurz und prägnant sein sollte, dass Sie Ihr Unternehmen in einer Aufzugfahrt vom ersten bis zum sechsten Stock darlegen können.) Alternativ kann diese Zusammenfassung auch als Leitspruch bezeichnet werden.

In der Zusammenfassung sollten auf jeden Fall die folgenden vier wichtigen Fragen beantwortet werden:

- Womit befasst sich Ihr Unternehmen bzw. wozu dient Ihr Produkt?
- Was ist der größte Nutzen, den Sie anbieten?
- Wer ist der Empfänger dieses Nutzens?
- Was ist Ihr einmaliges Verkaufsargument?

Lernen Sie in diesem Artikel:

- Über Strategische Kommunikation
- Über Geschäftsidentität
- Über Unternehmensleitspruch

Inhalt

Strategische Kommunikation.....	1
Allgemeine Informationen zum Leitspruch.....	1
Wie erstelle ich einen Leitspruch....	2
Beispiel eines Leitspruches.....	2

Partner für diesen Artikel:

Dieser Artikel basiert auf dem Online-Kurs Einführung in Publisher von HP.

Diesen und weitere Onlinekurse können Sie auf der HP-Webseite unter www.hp.com/de/inhouse finden.



invent

Beispiel

Angenommen, Sie haben ein Unternehmen mit dem Namen „Familienalbum.de“. Um einen Leitspruch für Ihr Unternehmen zu erstellen, müssen Sie jede der oben aufgeführten Fragen beantworten und die Antworten anschließend in einer kurzen, prägnanten Aussage zusammenfassen. Und so funktioniert's:

- Womit befasst sich Ihr Unternehmen bzw. wozu dient Ihr Produkt?

Das Unternehmen stellt eine einfach zugängliche, private Website für die Veröffentlichung von Familienfotos, Filmen, Neuigkeiten und anderen wichtigen Informationen zur Verfügung.

- Was ist der größte Nutzen, den Sie anbieten?

Familien können ganz einfach in Kontakt bleiben.

- Wer ist der Empfänger dieses Nutzens?

Familien, deren Mitglieder in unterschiedlichen Ländern leben und Zugriff auf das Internet haben.

- Was ist Ihr einmaliges Verkaufsargument?

Hier gibt es mehrere Optionen. Familienalbum.de könnte einen kostenlosen Zugriff über mehrere Monate oder Dienste wie das kostenlose Digitalisieren von Fotos auf der Website und das anschließende Zurücksenden der Fotos an die Benutzer anbieten.

Basierend auf diesen Antworten könnte der Elevator Pitch von Familienalbum.de wie folgt lauten:

Familienalbum.de stellt Familien

einen eigenen persönlichen Raum im Internet zum Austausch von Fotos, Neuigkeiten, Rezepten und Geschichten zur Verfügung. Die Familienmitglieder erhalten E-Mail-Erinnerungen für Geburtstage und andere Veranstaltungen oder können Benachrichtigungen bei einem Notfall in der Familie senden. Es war noch nie so einfach, mit der ganzen Familie in Kontakt zu bleiben!
(hp)

© 2007 www.inhouse-marketing.de

Weitergabe sowie Vervielfältigung dieses Dokuments, Verwertung und Mitteilung seines Inhalts sind verboten, soweit nicht ausdrücklich gestattet. Zuwiderhandlungen verpflichten zu Schadenersatz. Alle Rechte für den Fall der Patent-, Gebrauchsmuster- oder Geschmacksmustereintragung vorbehalten.

Der Autor ist bestrebt, in allen Publikationen die Urheberrechte der verwendeten Grafiken, Bilder, Sounds und Texte zu beachten und die Urheber zu kennzeichnen. Sollte sich in diesem Dokument/dieser Präsentation dennoch ungekennzeichnete, aber durch fremdes Copyright geschützte Grafik, Sound, Bild oder Text befinden, so ist dies ein unbeabsichtigtes Versehen oder das Copyright konnte vom Autor nicht festgestellt werden. Im Falle einer solchen unbeabsichtigten Copyrightverletzung wird der Autor das entsprechende Objekt kenntlich machen.

© 2007 www.inhouse-marketing.de

