

Daniel Guldemann Kommunikation!

Werbung | Corporate Publishing | Internet



Geschätzte Kundinnen und Kunden

Als ich 1986 meine ersten Schritte als selbstständiger Werber machte, begannen die Pioniere mit Desktop-Publishing. Die Digitalisierung hat in unserer Branche innert kürzester Zeit die Betriebsabläufe komplett verändert. Dieser technische Fortschritt hat grosse Vereinfachungen und Kosteneinsparungen mit sich gebracht.

Aufgrund der Standardisierung der Produkte und Dienstleistungen hat sich in diesem Vierteljahrhundert auch der Marketingmix entscheidend verändert. Und die letzten Jahre waren geprägt durch die Etablierung des Internets und die Tatsache, dass wir Werber wohl bei Corporate Design und Corporate Communication Einfluss haben, beim Firmenverhalten aber auch nur kopfschüttelnd die Exzesse aus den Chefetagen zur Kenntnis nehmen können...

In unserem Tätigkeitsgebiet mit «gut geerdeten» KMU, sozialen Organisationen, Verbänden und Stiftungen ist die Welt noch in Ordnung. Zusammen mit dem Team freue ich mich sehr auf weitere Herausforderungen.

Daniel Guldemann

Erfolgsfaktoren der Zukunft

Der Marketingmix heute – die 6 P's nach Guldemann

Product	Price	Place	Promotion	Profit plus	People
Produkt/Leistung	Preis	Distribution	Kommunikation	Zusatzleistungen	Mitarbeiter
<ul style="list-style-type: none"> • Funktionalität • Sortiment • Gestaltung • Service • Qualität 	<ul style="list-style-type: none"> • Preisniveau • Rabatte • Finanzierung • Lockvogel • Bundles 	<ul style="list-style-type: none"> • Standort • Logistik • Distribution • Direktverkauf • Versand 	<ul style="list-style-type: none"> • Werbung • Public Relations • Verkaufsförderung • Events/Messen • Sponsoring 	<ul style="list-style-type: none"> • Full-Service • Convenience • VIP-Betreuung • Member-Profit • Innovationen 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivation • Sicherheit • KAIZEN • Karriere • Salär

= geringes Profilierungspotenzial = grosses Profilierungspotenzial

© 2017 guldemann kommunikation, 4563 gerlafingen

Veränderter Marketingmix

Der Marketingmix hat während Jahrzehnten mit den «vier P's» (Product, Price, Place, Promotion) bestens funktioniert. Heute müssen wir zwei weitere Bausteine integrieren. Mit «Profit plus» umschreiben wir Sondervorteile oder Mehrwerte im Bereich «Customer Convenience».

Bei «People» geht es um den Faktor Mensch, der – so paradox das klingen mag – gerade in unserem digitalisierten Hightech-Zeitalter immer mehr zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor wird.

... auch im Non-Profit-Bereich

Auch Non-Profit-Organisationen, Verbände und soziale Institutionen beschäftigen sich heute intensiv mit dem Marketingmix. Budgetkürzungen, Umlagerungen, veränderte politische Rahmenbedingungen und die Professionalisierung der Mitbewerber haben die Situation verschärft. Nur wer es schafft, ein positives Bild seiner Institution zu vermitteln, kann sich am Markt behaupten.

Internet ist etabliert

Im Internet hat sich in den letzten Jahren die notwendige Professionalität eingestellt und Aspekte wie Navigationskonzept, Usability mit Responsive Design, Dialog und Dramaturgie haben Einzug gehalten. Mit «Social Media Marketing» taucht bereits ein weiteres Phänomen auf. Hier werden Facebook, Twitter und Co. sehr gezielt zur Kundengewinnung eingesetzt. Die sozialen Netzwerke werden uns Werber auch in Zukunft intensiv beschäftigen.

Funktionaler Analphabetismus

Der funktionale Analphabetismus, auch Illetrismus genannt, bezeichnet Menschen, die wohl ihre obligatorische Schulzeit absolviert haben, aber trotzdem nicht in der Lage sind, einen Text zu verstehen. 13–19 Prozent der Erwachsenen (ALS-Studie) und rund 20 Prozent der Jugendlichen (Pisa-Studie) sind von diesem Phänomen betroffen. Für uns heisst das: Noch einfacher kommunizieren und den Bildanteil erhöhen.

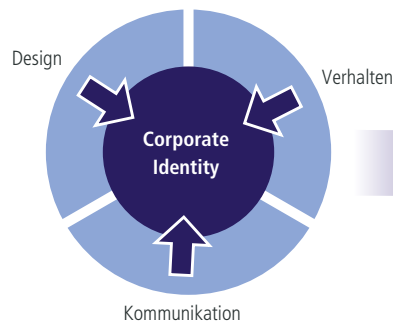
Wer will nicht geliebt werden?

Ein intaktes Corporate Image ist nichts anderes als die emotional positive Wahrnehmung Ihrer Firma bei den relevanten Zielgruppen. Man vertraut Ihnen und Ihrem Team, Sie geniessen einen guten Ruf und unter dem Strich profitieren Sie vom «Liebesbeweis» in Form von Kundentreue und neuen Aufträgen.

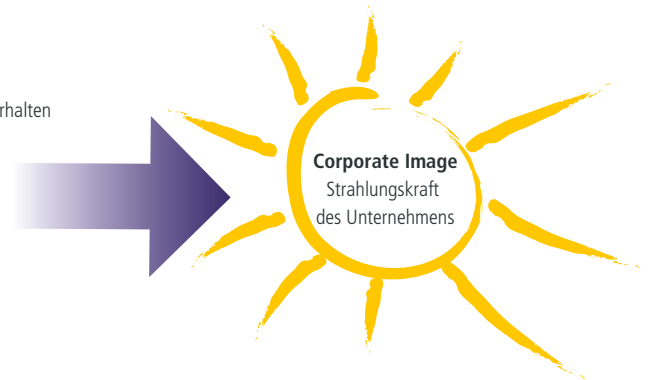
Die Mechanismen rund um die Corporate Identity gelten selbstverständlich auch für Institutionen und Organisationen aus dem Nonprofit-Bereich. Hier wird der Zufriedenheitsbonus oft in Form von Solidarität und Unterstützung ausgesprochen.

Seit vielen Jahren begleiten wir Unternehmen aus der ganzen Schweiz auf dem Weg, ihre Corporate Identity zu stützen und zu optimieren.

Firma/Institution



Wahrnehmung



Wohl kaum ein anderer Begriff ist derart belegt wie die Bezeichnung «Corporate Identity». Alles Mögliche und Unmögliche wird darin verpackt, die Definition von CI reicht vom schön gestalteten Briefpapier bis hin zu dem, was CI wirklich ist, nämlich die Gesamtwirkung aller Massnahmen, welche die eigentliche Strahlungskraft des Unternehmens ausmachen.

Die Grunddefinition aus den 70er-Jahren hat auch heute noch ihre Gültigkeit. Eine wirkungsvolle Corporate Identity wird durch das optimale Zusammenspiel der drei Faktoren Corporate Design, Corporate Communication und Corporate Behaviour geprägt. Die Projektion und Wahrnehmung der Corporate Identity ist das Corporate Image. Eine über längere Zeit hinaus wirtschaftlich erfolgreiche Firma oder Institution hat in der Regel auch ein intaktes und überzeugendes Corporate Image bei ihrem Zielpublikum.

Theorie und Praxis ...

Wie viele Beispiele aus den letzten Jahren zeigen, hapert es meistens am Zusammenspiel der drei genannten Faktoren. Die Swissair verfügte damals über ein ausgezeichnetes Corporate Design und auch die Corporate Communication war professionell. Das gleiche gilt für die UBS, und doch sind beide Unternehmen in Sachen «Unternehmensverhalten» gescheitert.

Umgekehrt kennen wir viele Unternehmen, die mit hoher Glaubwürdigkeit und Authentizität am Markt agieren und wirtschaftlich trotzdem in Schwierigkeiten stecken, weil sie in den Bereichen Kommunikation und Erscheinungsbild nichts oder zu wenig unternehmen.

Unser Support auf Ihrem Weg

In der Unternehmenskommunikation verfügen wir über bald dreissig Jahre Erfahrung und Kompetenz. Konkret unterstützen wir Sie in folgenden Bereichen:

Corporate Design

Wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen ein neues Erscheinungsbild, ein neues «Kleid», welches perfekt zu Ihren unternehmerischen Plänen und Visionen passt.

Corporate Communication

Wir entwickeln mit Ihnen zusammen Kommunikationsmittel, die bei Ihren Zielgruppen positive Gefühle auslösen und Ihr Unternehmen richtig positionieren.



schnell, effizient, wirkungsvoll