



Kundeninformation



Der Autor

Daniel Guldimann, Unternehmensberater, ist bei Guldimann Kommunikation für die Betreuung von KMU in den Bereichen, Marketing, Markenentwicklung, Corporate Design und Marktpositionierung zuständig.

Marketing-Mix und Corporate Identity

Erfolgsfaktoren der Zukunft

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, Zusatzleistungen, Innovationen oder Mehrwerte, welche das Unternehmen oder die Institution klar von seinen Mitbewerbern abheben.

Bei «People» geht es um die menschliche Kompetenz, die – so paradox das klingen mag – gerade in unserer

digitalisierten Welt 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 neue Situationen geschaffen. Nur wer es schafft, ein positives Bild der Institution zu vermitteln, kann sich am Markt behaupten.

Der Marketingmix heute – die 6 P's nach Guldimann

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

Corporate Identity und Corporate Image

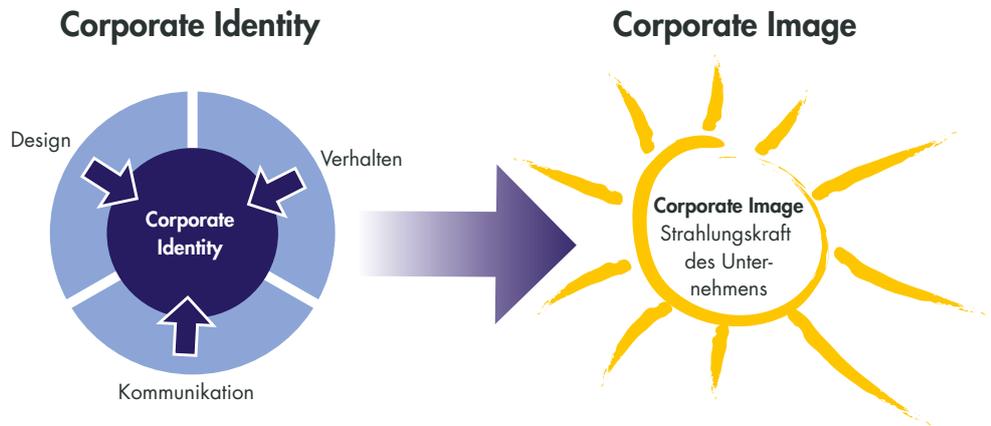
Corporate Image

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.



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 ihrerseits die eigentliche Strahlungskraft des Unternehmens ausmachen (= Corporate Image).

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.

Die Krux für uns Beraterinnen und Berater liegt im «Corporate Behaviour», also dem Unternehmensverhalten. Hier kann – wie zahlreiche Beispiele aus unserer Wirtschaftsgeschichte zeigen (z.B. Swissair, UBS, Erb-Gruppe, Raiffeisen) auch das schönste Design und die beste Kommunikation keine Wunder bewirken.

Unser Support

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

Corporate Design

Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir ein neues Erscheinungsbild, welches perfekt zu Ihren unternehmerischen Plänen, Werten und Visionen passt. Mit einem CD-Manual wird der neue Auftritt für alle Anwendungen klar definiert.

Corporate Communication

Wir entwickeln mit Ihnen zusammen Kommunikationsmittel, die bei Ihren Zielgruppen positive Gefühle auslösen und Ihr Unternehmen oder Ihre Institution richtig positionieren. Dabei decken wir die gesamte Kommunikationspalette mit Print, Web und Sozialen Medien ab.