



Positionierung

ein klares Profil für Ihre Kunden

Positionierung ist das gezielte Schaffen und Herausstellen der Stärken und Qualitäten, durch die sich Ihr Unternehmen mit seinen Leistungen in der Einschätzung Ihrer Zielgruppe(n) klar und positiv von Ihren Mitbewerbern unterscheidet und abhebt. Hierzu muss man sich zwei Aspekte deutlich vor Augen führen:

- Was für einen Zweck erfüllt mein Produkt, und für wen ist es bestimmt?
- Wofür steht mein Unternehmen, welche Nutzen bietet es den Kunden?

Es gilt, von Anfang an eine deutliche Positionierungs- Strategie festzulegen, die ermöglicht, ein Profil zu entwickeln, das der Kunde sucht und stets wieder erkennt.

Dies gilt natürlich auch für den Bereich der Unternehmenskommunikation.

In unserer Arbeit legen wir großen Wert auf die Bedeutung der Entwicklung eines festen Profils der Firmenidentität und deren konstanter Pflege. Nur konsequentes Vorgehen und Identitätspflege bringen dem Kunden die Sicherheit, die er braucht, um einem Unternehmen zu vertrauen und ihm tatsächlich ohne großes Hinterfragen treu zu bleiben.

S.H.E. marketing communications, stellten einmal die 10 goldene Regeln zur Unternehmenspositionierung auf, die wir Ihnen hier an die Hand geben möchten:

1. Finden Sie heraus, warum Ihre umsatzstärksten Kunden bei Ihnen kaufen/arbeiten lassen. So erhalten Sie Hinweise darauf, für was Ihr Unternehmen auf dem Markt stehen kann und wie es sich weiter etablieren könnte.
2. Überprüfen Sie, welcher „echte“ Kundennutzen Sie von Ihrer direkten Konkurrenz unterscheidet. Sie erhalten so die wirklich abgrenzenden Werbeargumente.
3. Legen Sie daraus abgeleitet schriftlich mit einem Satz fest, für was Ihr Unternehmen steht.
4. Konzentrieren Sie sich auf diesen Vorteil und bauen Sie ihn aus!
5. Stellen Sie diesen Kundennutzen in der Werbung glaubhaft dar und werben Sie damit.
6. Handeln Sie konsequent und kontinuierlich. Nur so wird der Markt Ihre Besonderheiten überhaupt bemerken und langsam abspeichern. Nur so können Sie sich ein definiertes, nachhaltiges Image aufbauen.
7. Jeder Mitarbeiter muss wissen, welchen Kernnutzen er in diesem Sinne vermitteln muss und wie er das glaubhaft machen kann.
8. Sammeln Sie konsequent und regelmäßig Informationen über Ihren Markt und Ihre Kunden und bereiten Sie diese systematisch auf. Konzentrieren Sie sich dabei nicht nur auf rein quantitative Daten (Zahlen, Prozentsätze, etc.), sondern auch auf qualitative (Werte und Charakter des einzelnen Kunden, Vorlieben, einzuschätzende Entscheidungsgrundsätze, etc.)
9. Interessieren Sie sich für den Menschen in Ihrem Kunden. 80% (oder gar mehr!) aller Entscheidungen werden im Bauch getroffen und mit dem Kopf begründet, den „Bauch“ jedoch überzeugen Sie nicht mit reinen Zahlen- oder Faktenwerken.
10. Leben Sie Ihre Unternehmensphilosophie!

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Positionierung, damit Ihr Unternehmen von Beginn an eine echte Orientierung für Ihre Kunden bieten kann. Zögern Sie nicht, uns anzurufen, lassen Sie sich unverbindlich beraten. Wir helfen Ihnen gerne.