



Die zielgenaue Botschaft macht's – auch digital.

Artikel von Rolf P. Gruber

Marken vermitteln permanent Botschaften, ob sie dies wollen oder nicht – wenn nicht verbal, dann nonverbal über Bilder, Formen, Farben, Umgebungen und vielen Faktoren mehr. Selbst das Kundensegment sagt viel über die Marke aus. Doch Hand aufs Herz: Wie gut kennen Sie Ihre Kunden wirklich? Und wie gut kommunizieren Sie mit Ihnen über alle Hierarchiestufen hinweg? Aha, Sie erkennen Handlungsbedarf? Dann sollten Sie weiterlesen.

Noch nie war es so einfach, auf die Bedürfnisse von hierarchisch unterschiedlichen Zielpersonen bei Kunden einzugehen. Vor allem digitale Medien sind bestens dafür geeignet, um Individualinformationen zu verbreiten. Voraussetzung ist ein genaues Kennenlernen der unterschiedlichen Zielgruppen innerhalb eines Unternehmens. Dabei ganz wichtig: «Kennen» bedeutet, dass Sie die typischen Nutzergewohnheiten erkennen und nicht bei einer demografischen Beschreibung der Kunden stehen bleiben.

Über das Analysieren der Zielgruppen können somit effiziente Kommunikationsstrategien entwickelt werden. Marken können dadurch mit unterschiedlichen Informationen zielgenau agieren.

So führten wir bei einem Klienten unterschiedlichste Informationsinstrumente ein. Die C-Ebene konnte mit perfekt auf die Einzelpersonen abgestimmten Wirtschaftsinformationen bedient werden.

Die Marketing-Verantwortlichen erhielten analysierte Prognose-Statistiken, und die Produktionsleiter wurden mit wichtigen Prozessdaten unterstützt. Und dies für alle zeitnah, nutzenorientiert und bequem zum «Konsumieren». Das Resultat: Unser Klient eroberte sich den ersten Logenplatz im Gedächtnis seiner Kunden.

Über allen Ansprachestrategien steht die Marke. Es ist die wichtigste Aufgabe der Markenführung, die Identität der Marke einheitlich aufrechtzuerhalten. Wenn die Marke Attribute wie Flexibilität, Kundennähe und Servicequalität zu verkörpern hat, dann heisst dies, dass sich die Kommunikationsstrategie darauf einzustellen hat. Werden die individuellen Botschaften nicht zielsicher übermittelt, wird die Markenkraft geschwächt und das Interesse der Kunden schwindet.

Heutige Informationen müssen aktuell und inhaltlich relevant für die Zielgruppen sein. Fakt ist: Mit den richtigen Daten in der Hand können Unternehmen vor allem das Internet perfekt nutzen und Kunden für sich gewinnen. Mehr Informationen? Rufen Sie uns an.

Richards & Gold GmbH
Brand Coaching
Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich
Tel.: + 41 44 421 41 41
Mail: info@richards-gold.ch
Web: www.richards-gold.ch