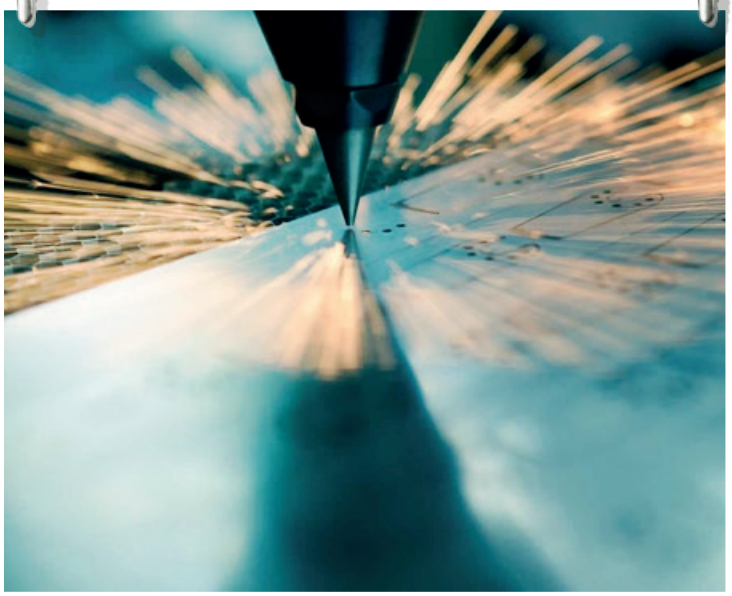
PROFIL

05_1 2015

Imagefotografie: Der schnelle Schuss ins Gehirn



Aus dem Inhalt

- Sprachrohr des Unternehmens
- Turbo für den Vertrieb
- PräsentationsBox
- Neues aus dem Kundenkreis

DAS MARKETING BÜRO®

Seit Februar 2014 das neue Domizil von
Das Marketing Büro®

Impressum

Herausgeber:

Das Marketing Büro® UG
Diplom-Volkswirt Markus Gschwind
Im Liebgraben 3
77749 Hohberg
Fon 0 78 08 / 94 38 200
info@dasmarketingbuero.de
www.dasmarketingbuero.de

Bildnachweis:

Seite 1: Nicole Gschwind (3)
Seite 2: Nicole Gschwind
Seite 3: Hubert Braxmaier
Seite 5: Nicole Gschwind (3)
Seite 6/7: Nicole Gschwind
Seite 9: Fotolia
Seite 10: Nicole Gschwind
Seite 11: Markus Gschwind

Text:

Markus Gschwind

Grafik:

Eduard Schmidt

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

Aufmerksamkeit wecken und sich dem Kunden professionell präsentieren, das ist die inhaltliche Klammer des Themenspektrums in der aktuellen Ausgabe unseres Kundenmagazins PROFIL. Die Imagefotografie haben wir ins Zentrum gerückt, weil wir der Meinung sind, dass in Zeiten der digitalen Knipsomanie professionelles Bildmaterial für die erfolgreiche Kundenkommunikation unentbehrlich ist. Und dieses im Übrigen auch medienübergreifend eingesetzt werden kann und soll, wie die Beiträge zur Kundenzeitung (Seite 7) und zur PräsentationsBox (Seite 10) zeigen.

Letztlich ist auch die Frage der Fitness im Verkauf (Seite 8) ein Kommunikationsthema, denn schließlich ist es entscheidend, welche Botschaften von wem zu welchem Zeitpunkt und in welcher Form an welche Kunden vermittelt werden.

Wir hoffen, dass der Themen-Mix auch dieses Mal wieder Ihr Interesse weckt, und stehen gerne zur weiterführenden Information und zum Gespräch zur Verfügung. Ein Anruf unter 07808 / 94 38 200 oder eine Mail an info@dasmarketingbuero.de genügt.

Eine interessante Lektüre wünscht Ihnen

Ihr

Markus Gschwind

Inhaltsverzeichnis

Seite 4 Imagefotografie: Der Schuss ins Gehirn

Seite 7 Kundenmagazin: Sprachrohr des Unternehmens

Seite 8 Sales Fitness: Turbo für den Vertrieb

Seite 10 PräsentationsBox

Seite 11 Neues aus dem Kundenkreis

Imagefotografie

Der schnelle Schuss ins Gehirn

„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte", so die Erkenntnis eines amerikanischen Werbestrategen. So banal die Aussage klingen mag, so richtig ist sie doch. Denn Bilder erregen unsere Aufmerksamkeit immer zuerst und ihre Botschaften werden in Sekundenbruchteilen aufgenommen. „Bilder sind der schnelle Schuss ins Gehirn", wie Marketing- und Kommunikationsprofessor Dr. Werner Kroeber-Riel einmal treffend formulierte.

Ob Zeitungsbericht, Fachartikel oder Werbeanzeige – Bilder werden meistens zuerst betrachtet und anschließend erst der Begleittext dazu gelesen. Bilder sind somit unverzichtbare Instrumente in der Unternehmenskommunikation und eignen sich in besonderer Weise auch für die Vermittlung komplexer Botschaften. In einer Zeit der Informationsüberflutung geht es besonders in der Business-kommunikation, darum Interesse zu wecken und die Aufmerksamkeit auf das eigene Produkt oder die Dienstleistung zu lenken.

Bilder wecken Emotionen

Bilder erregen jedoch nicht nur Aufmerksamkeit, sie wecken auch Emotionen. Denn beim Betrachten eines Bildes wird die Botschaft assoziativ aufgenommen. Das Entstehen von Gefühlen ist dadurch leichter möglich als beim Lesen von Worten. Wissenschaftliche Studien haben nachgewiesen, dass emotionsgeladene Botschaften das Interesse schneller und leichter wecken und die Aufmerksamkeit stärker fokussieren als rationale Inhalte.

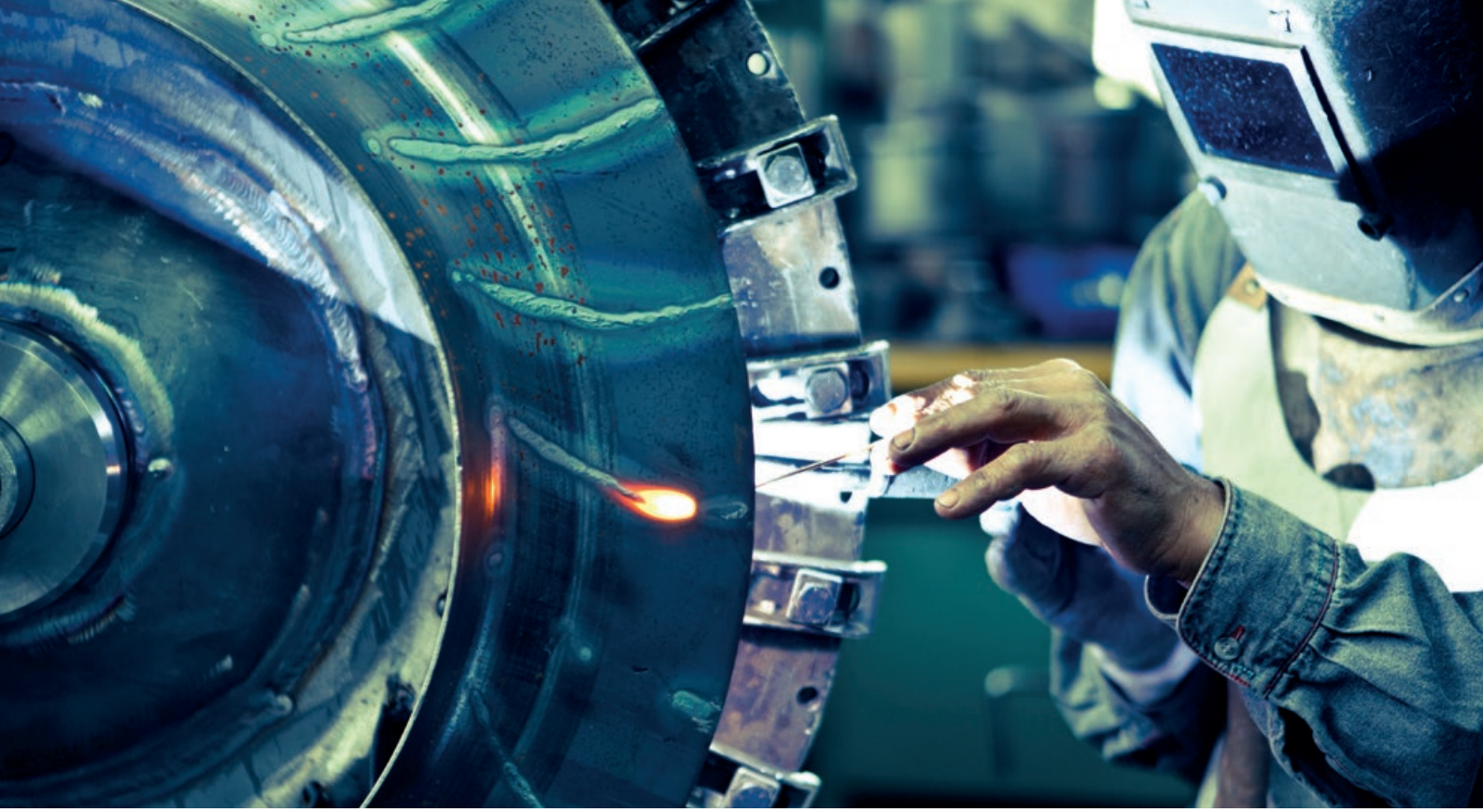
Für eine gelungene Unternehmenskommunikation reicht es allerdings nicht aus, nur ein ästhetisch ansprechendes Bild, etwa aus einem Bildarchiv, auszusuchen. Denn Bildstil und Bildinhalte sollten zum Unternehmen passen und auf die Kommunikationsziele abgestimmt sein. Dies ist entscheidend, weil sich Bilder besonders nachhaltig im Bewusstsein des Betrachters verankern.

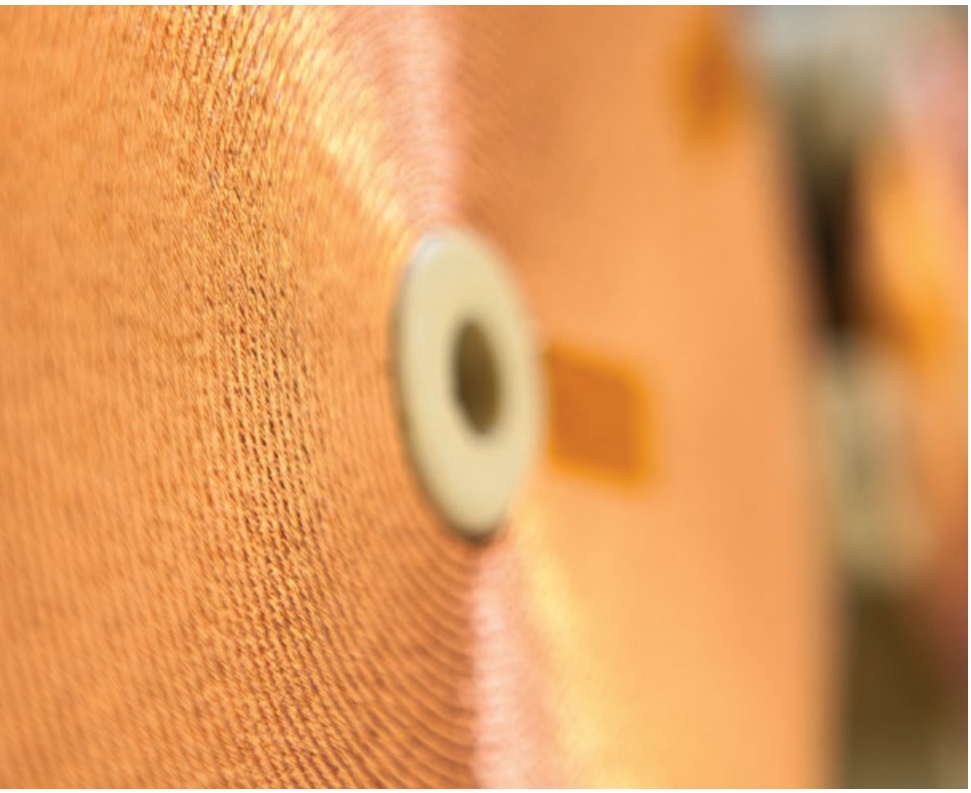
Visuelle Botschaften sind als strategische Instrumente der Unternehmenskommunikation zu betrachten. Dies erfordert, die visuelle Konzeption sorgfältig zu planen und mit der gesamten Kommunikationsstrategie des Unternehmens zu synchronisieren.

Vielfältige Einsatzzwecke für Fotos

Die Einsatzbereiche von Imagefotos im Unternehmen sind vielfältig: beginnend mit der eigenen Internetpräsenz und Social-Media-Auftritten bis hin zur Multimedia- und Printproduktion, der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Werbepublikationen. Das Internet ist dabei das Kernmedium, denn oftmals findet der Erstkontakt zum Kunden online statt.

Auf vielen Business-Websites finden sich unprofessionelle Bilder, ungeeignete Motive oder aber Material aus Bilddatenbanken, sogenannte Stock-Fotos. Dabei ist die Herstellung firmenindividueller Imagebilder heute eine vergleichsweise kostengünstige Maßnahme, zumal das Material cross-medial und langfristig verwendet werden kann.





Einsatzzwecke für individuelle Firmenfotos:

- Internetseite
- Facebook, Google+, Twitter etc.
- Firmennewsletter und Kundenzeitungen
- Imagebroschüren
- Produktinformationen, Datenblätter, Kataloge
- PowerPoint-Folien und Präsentationen
- Pressearbeit, Fachartikel
- Geschäftsberichte
- Anzeigen, Flyer
- u.v.a.m.

„Weil sich Bilder besonders nachhaltig im Bewusstsein des Betrachters verankern, sollten Unternehmen ihre visuelle Kommunikation nicht dem Zufall überlassen, sondern strategisch genauso sorgfältig planen wie textliche Informationen.“

Individuell statt von der Stange

Fotolia, iStock oder Pixelio, Bilddatenbanken bieten zu praktisch jedem Themenbereich vielfältige Fotomotive an. Diese schnell verfügbare und günstige Bildware mag für spezielle oder untergeordnete Einsatzzwecke ihre Berechtigung haben. Doch wenn es um die strategische Unternehmenskommunikation geht, sollten authentische Bildmotive zur Verfügung stehen. Nur so kann vermieden werden, dass sich „verbrauchte“ Motive oder Personen in die eigenen Medien einschleichen. Auch die Ästhetik der verwendeten Bildmotive sollte individuell und im Einklang mit dem Corporate Design stehen.

Unternehmenswerte als Leitlinie

Die visuelle Unternehmenskommunikation muss sich an Vorgaben halten und sollte aus der Unternehmensidentität beziehungsweise der Unternehmensstrategie abgeleitet sein. Denn diese definiert, wie ein Kommunikationsmittel ausgestaltet sein muss, um die Unternehmenswerte in jeder einzelnen Botschaft visuell optimal zu vermitteln.

Für die praktische Umsetzung bedeutet dies, dass die Fotoproduktion fachkundig geplant sein muss. Dabei sind eine Reihe von Fragen zu beantworten, etwa: was sind die Werte, die vermittelt werden sollen, wie können diese glaubwürdig und authentisch visualisiert werden, was sind die besonderen Kompetenzen und Spezifika, die das Unternehmen auszeichnen.

Vorteile firmeneigener Imagefotografie

- individuelles, einzigartiges Bildmaterial
- authentische und glaubwürdige Motive
- optimale Visualisierung der Kommunikationsstrategie
- Material kann für alle Medien verwendet werden
- Bilder können über viele Jahre genutzt werden
- kostengünstige Lösung
- klare urheberrechtliche Lage

!

Projektbeispiele unter:

- www.dasmarketingbuero.de/projekte/index.php
- www.nicole-gschwind.de/reportage-industrie-firmen

Kundenmagazin

Sprachrohr des Unternehmens

Wichtige Firmeninformationen aus erster Hand an Mitarbeiter und Kunden zu vermitteln, ist eine zentrale Kommunikationsaufgabe für jedes Unternehmen. Ein ideales Instrument dazu ist eine Hauszeitung. Der mittelständische Anlagenbauer MEIERLING informiert seit neuestem mit einem monatlichen Newsletter die Belegschaft und Geschäftspartner über bedeutsame Firmenereignisse.

„Die Idee zur MEIERLING ZEITUNG hatte ich beim Zahnarzt. Dort lagen Patienten-Nachrichten aus, die von der Praxis selbst erstellt wurden, und ich dachte: so etwas brauchen wir auch." Sofort machte sich der Patient Andreas Blechinger, von Beruf geschäftsführender Gesellschafter der MEIERLING Ventilatoren GmbH, an die Umsetzung. Drei Ausgaben der MEIERLING ZEITUNG sind von Oktober bis Dezember 2014 erschienen. „Die Reaktionen waren durchweg positiv und die Themen sind uns bisher auch noch nicht ausgegangen", berichtet Andreas Blechinger. Grund genug also, das Projekt im monatlichen Turnus weiterzuführen.

Die vorgestellten Beispiele zeigen: Egal ob Arztpraxis oder Industriebetrieb, eine Zeitung, ein Magazin oder ein Newsletter kann für jede Unternehmensgröße und Branche ein nützliches Kommunikationsinstrument sein. Das sieht auch Christian Eger, geschäftsführender Gesellschafter des Handwerksunternehmens Hörtner & Fischer Klimawelt aus Konstanz, so. „Wir erstellen und verschicken schon seit zwölf Jahren unser KlimaJournal an Kunden und Interessenten, und das mit großem Erfolg. Ich kann aus Erfahrung sagen, die Kundenzeitung ist ein hervorragendes Instrument, Kunden zu binden und neue zu gewinnen."

Doch Vorsicht ist geboten, denn ein Kundennewsletter oder eine Hauszeitung sollte nicht als Werbeblättchen daherkommen. Sowohl inhaltlich als auch grafisch muss einiges beachtet werden, denn die Leser erwarten nützliche Informationen, eine professionelle Darstellung und eine niveauvolle Textgestaltung.

Daher ist es wichtig, im Vorfeld zu entscheiden, welche Zielgruppen angesprochen, welche Themen kommuniziert werden und wie oft die Firmenpublikation erscheinen soll. Als Detailinformation sowie zur Entscheidungsfindung hat Das Marketing Büro® ein umfangreiches Whitepaper mit Checkliste zusammengestellt, das kostenlos heruntergeladen werden kann.

Aktuelle Kunden- und Hauszeitungen, die von Das Marketing Büro® betreut werden:

KlimaJournal –
Hörtner & Fischer Klimawelt; 2 x jährlich

EXPERTISE –
Ingenieurbüro IBEG; 2 x jährlich

MEHRWERT –
SteuerBeraterKanzlei Mannherz, 1 x jährlich

INFORM –
BUT Blech- u. Tortechnik GmbH, 1 x jährlich

MEIERLING ZEITUNG –
MEIERLING Ventilatoren GmbH, monatlich

PROFIL –
Das Marketing Büro®, 1 x jährlich

Sales Fitness

Turbo für den Vertrieb

Die Leistungsfähigkeit des Vertriebs ist die entscheidende Einflussgröße für den wirtschaftlichen Erfolg des gesamten Unternehmens. Trotz schwierigster Marktbedingungen agiert der Vertrieb heute vielfach noch autonom und befreit von detaillierten Vorgaben und Ergebniskontrollen. Möglichkeiten der Produktivitätssteigerung in der Verkaufsorganisation werden aus diesem Grund zu wenig genutzt.

Das Marketing Büro® hat ein Analyse- und Optimierungsprogramm entwickelt, mit dem Stärken und Schwächen systematisch ermittelt sowie Verbesserungspotenziale erarbeitet werden können. Unser Sales-Fitness-Programm umfasst vier Bereiche, die analysiert, bewertet und gegebenenfalls feinjustiert werden.

Im Bereich der **Vertriebsstrategie** wird u.a. überprüft, wie die einzelnen Kundengruppen segmentiert werden, welche Preisstrategie zum Einsatz kommt und welche Vertriebswege und -Partner genutzt werden. Beim **Vertriebsmanagement** werden Aufbau- und Ablauforganisation, Planung und Kontrolle, Personalführung sowie die Vertriebskultur einer Prüfung unterzogen.
Beim **Informationsmanagement** wird analysiert, welche Daten zu Kunden, zum Markt und Wettbewerb sowie zu den internen Prozessen vorhanden sind und genutzt werden. Bei der Überprüfung des **Kundenbeziehungsmanagements** wird begutachtet, wie die Mitarbeiter mit Kunden kommunizieren und welche Kommunikationskanäle dabei eingesetzt werden.

Anhand speziell auf diese vier Bereiche konzipierter Checklisten, die in einem Workshop gemeinsam mit Ihnen bearbeitet werden, kann ein anschauliches Profil Ihres Vertriebs erstellt werden. Mithilfe dieses Profils und der damit identifizierten Stärken und Schwächen wird im Zuge von Konsensentscheidungen ein unternehmensindividuelles Maßnahmenprogramm erstellt, dessen Umsetzungserfolg regelmäßig kontrolliert wird.

Unser Sales-Fitness-Programm basiert auf einem wissenschaftlich fundierten System, das sich bereits in der Praxis hervorragend bewährt hat.

Unser Instrumentarium bietet Ihnen die Möglichkeit zur sofortigen Steigerung der Professionalität Ihres Vertriebs durch eine fundierte und schnelle Identifikation von Stärken und Schwächen. Des Weiteren profitieren Sie von zahlreichen Tipps, Instrumenten und in den Workshops vorgestellten Konzepten, die einen langfristigen Erfolg im Vertrieb garantieren. Unsere spezielle Vorgehensweise sorgt dafür, dass auch die Kompetenz Ihres Teams und das Know-how Ihrer Mitarbeiter genutzt werden, denn in unserem System werden Betroffene zu Beteiligten.

In den Workshops können Erfahrungen und Informationen untereinander ausgetauscht und Best-Practice-Lösungen entwickelt werden. Mitarbeit und Mitgestaltung steigert die Motivation und fördert die Akzeptanz im Team. Ein weiterer Vorteil unseres Ansatzes besteht in einem enormen Wissenszuwachs für alle Beteiligten durch das Sales-Fitness-Programm.

Durch die gemeinsame Entwicklung eines Maßnahmenprogramms legen Sie die Schritte und Zuständigkeiten fest, um Ihren Vertrieb zu optimieren, den Umsatz zu steigern, neue Kunden zu gewinnen und somit erfolgreicher wirtschaften zu können. Unser System setzt an den wirkungsvollsten Hebeln an und führt schnell und direkt zum Erfolg. Durch regelmäßige Fortschrittskontrollen wird sichergestellt, dass diese Investition keine einmalige Aktion bleibt, sondern einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Gang setzt.

!

Ergänzende Informationen zum Thema:

Kostenloser Sales Fitness Check unter:
www.dasmarketingbuero.de/sales_check/

Whitepaper zum Download:
www.dasmarketingbuero.de/portfolio/Sales_Fitness_Programm.php

Mit unserem Sales-Fitness-Programm steigern Sie Ihren Unternehmenserfolg!

Die Vorteile des Sales-Fitness-Programms im Überblick:

- basiert auf einem wissenschaftlich fundierten und in der Praxis bewährten System
- sofortige Steigerung der Professionalität
- zahlreiche Tipps, Instrumente und Konzepte
- Erfahrungsaustausch im Team führt zur Entwicklung von Best-Practice-Lösungen
- gesteigerte Motivation und Akzeptanz durch Mitgestaltung
- enormer Wissenszuwachs
- Entwicklung eines Maßnahmenprogramms für den optimalen Vertrieb
- schnelle Ergebnisse zu geringen Kosten
- kontinuierlicher Verbesserungsprozess durch regelmäßige Fortschrittskontrollen
- Methodenkompetenz als Berater, Trainer und Coach von das Marketing Büro®

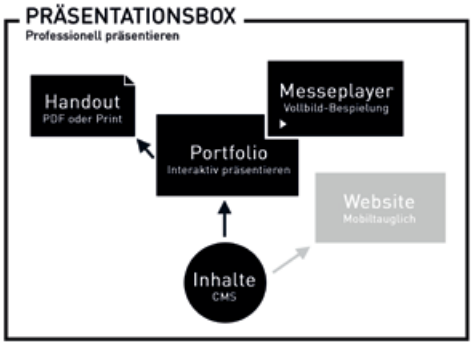
Das Sales-Fitness-Programm hat vier Aktionsebenen

Quelle: Das Marketing Büro®

Professionell präsentieren – erfolgreich verkaufen

Wer sich im Wettbewerb erfolgreich behaupten will, muss sein Angebot überzeugend präsentieren. Hierzu bedarf es der richtigen Strategie – und der geeigneten Instrumente. Die zielgerechte und flexible Präsentation ist der Schlüssel für den Erfolg im Verkauf. Die PräsentationsBox ist ein innovatives Konzept für die Imagedarstellung und den Vertrieb im Mittelstand. Interaktive Firmen- und Produktpräsentation mit Mediathek, Messebespielung und Kunden-Handout – zentral gepflegt und aktualisierbar.

Wem die PowerPoint-Präsentation zu verstaubt und der Imagefilm zu langweilig ist, dem bietet die PräsentationsBox eine moderne und professionelle Alternative für alle Einsatzzwecke. Ob Imagedarstellung auf der Messe oder persönliches Verkaufsgespräch bei Kunden – die PräsentationsBox sorgt für Ihren perfekten Auftritt.



Das Tool **Portfolio** ist eine interaktive, moderne Präsentationsoberfläche für alle Ihre Inhalte: Firmendarstellung, Produktinformationen, Bilder und Videos – immer verfügbar, immer im Vollbild und natürlich auf Wunsch mehrsprachig. Die Inhalte werden ähnlich wie auf einer Website über Menüs angezeigt und können schnell und intuitiv abgerufen werden. Externe Dokumente wie PDFs, PowerPoint-Präsentationen, Word- und Excel-Dateien werden per Klick direkt aus der Anwendung gestartet.

Mit dem **Messeplayer**, der per Klick aus dem Portfolio-Tool gestartet wird, können Sie beliebig viele Themenfilme „abspielen" – ähnlich wie bei einem Bildschirmschoner in Dauerschleife und im Vollbild. Themenfilme können animierte Bilder-Slideshows, Video-Clips und Textinformationen sein. Die Filme werden nach dem Zufallsprinzip aufgerufen, so dass ständig wechselnde Inhalte angezeigt werden.

Sollen dem Kunden Informationen zur Verfügung gestellt werden, kommt die Printfunktion zum Einsatz. Damit können beliebig viele Inhaltsseiten per Klick einem PDF hinzugefügt werden, welches dann als **Kunden-Handout** ausgedruckt oder als PDF-Datei gespeichert und verschickt werden kann.

Alle **Inhalte** werden auf einem Webserver mit einem CMS (Content-Management-System) zentral verwaltet, so dass die PräsentationsBox auf Wunsch über das Internet aktualisiert werden kann. Somit können auch mehrere Notebooks immer auf dem gleichen, aktuellen Stand gehalten werden.

Durch die zentrale Speicherung der Inhalte können alle Informationen auf Wunsch auch im **Browser** angezeigt werden. Hierfür können neben den Informationen in der PräsentationsBox noch einige Zusatzfunktionen wie ein Kontaktformular oder Anfahrtsskizzen eingesetzt werden.

Highlights der PräsentationsBox

ALL IN ONE: Interaktives Mediatool, Messeplayer und Kunden-Handout in einem.

INTERAKTIV: Intuitive und interaktive Bedienung.

ALLE MEDIEN: Fotos, Videos oder Office-Dateien können eingebunden werden.

FULL SRCEEN: Unabhängig von der Bildschirmauflösung läuft die Präsentation immer im Vollbild.

AKTUALISIERUNG: Durch zentrale Speicherung der Inhalte bleibt die PräsentationsBox flexibel und kann leicht gepflegt werden.

MEHRSPRACHIGKEIT: Durch Auswahl im Startmenü kann die Sprache gewählt werden.

SYSTEMUNABHÄNGIG: Die Anwendung läuft auf PCs oder Notebooks mit Windows oder Apple-MAC-Betriebssystem.

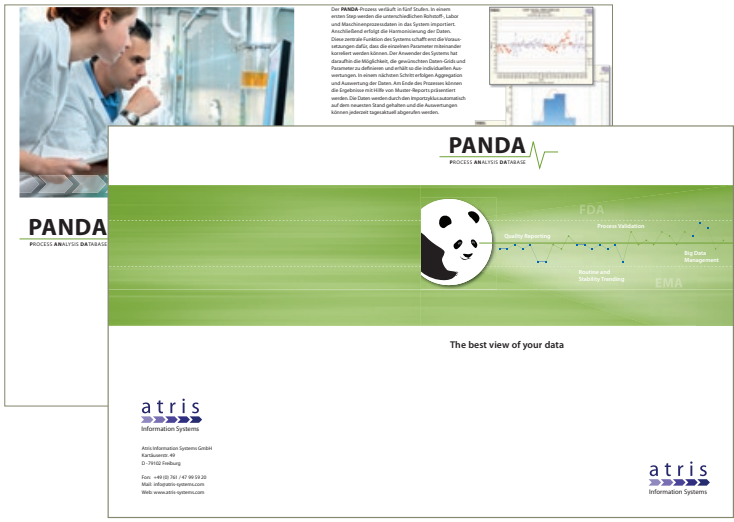
Produktbroschüren

PANDA sorgt für Datentransparenz

ATRIS Systems aus Freiburg ist Spezialist für die qualitätssichernde Datenaufbereitung und Datenauswertung. In vielen Jahren der Beratung und Dienstleistung für die forschende, pharmazeutische und chemische Industrie ist das Produkt PANDA (Process ANalyse DAtabase) entstanden, das als Systemlösung international vermarktet werden soll.

Zur Steigerung der Bekanntheit sowie zur Kontaktherstellung zu potenziellen Kunden wurden im Jahr 2014 zwei internationale Messen besucht. In Zusammenarbeit mit Das Marketing Büro® wurde das gesamte Marketing erarbeitet und umgesetzt, unter anderem Entwicklung eines Logos für PANDA, Konzeption und Realisierung der Messestände, Erstellung einer Broschüre in zwei Sprachvarianten, PR und Kundenakquisition.

www.atris-systems.com



Die PANDA-Broschüren wurden in zwei Sprachversionen erstellt

Responsive Internetseiten

INNOVAT modernisiert den Webauftritt

Der Name INNOVAT kommt nicht von ungefähr, denn das Unternehmen mit Sitz in Schwanau ist seit über 25 Jahren mit großem Erfolg in der Induktionstechnik tätig und hält in diesem Bereich eine Reihe eigener Patente. Einsatzfelder sind die Speiseerwärmung, aber auch industrielle Anwendungen, wie die Werkzeug- und Werkstückerwärmung.

In einem längeren Prozess erfolgte in Zusammenarbeit mit Das Marketing Büro® eine Neukonzeption der Webseite sowie eine Reihe begleitender Maßnahmen. So wurden die gesamte CI einer Aktualisierung unterzogen und neue Image- und Produktfotos erstellt. Die responsive Webseite wurde in einem Content-Management-System (CMS) realisiert und geht im ersten Quartal 2015 online.

www.innovat-gmbh.de

Innovation ist Programm bei der INNOVAT GmbH

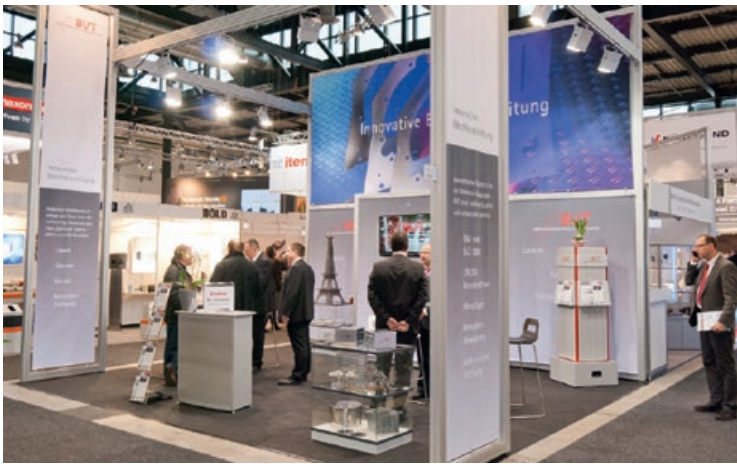
Messeauftritt

Aller guten Dinge sind fünf

Die Firma BUT Blech- und Tortechnik GmbH gehört zu den technologisch führenden Blechbearbeitungsspezialisten in Südwestdeutschland. Seit über zehn Jahren wird das mittelständische Unternehmen mit 40 Mitarbeitern von Das Marketing Büro® betreut.

Zum fünften Mal in Folge ist BUT im Januar 2015 auf der regionalen Industriemesse i+e in Freiburg als Aussteller präsent. Der Messestand der letzten Jahre kommt wiederum zum Einsatz. Rechtzeitig zur Messe wurde die Kundenzeitung INFORM fertiggestellt, die bereits seit sieben Jahren erscheint. Neu konzipiert und erstmalig im Einsatz ist die PräsentationsBox (siehe auch Seite 10), die mit dem Messeplayer den bisherigen Imagefilm ersetzt.

www.but-lahr.de



BUT ist mit einem 36 m² großen Messestand auf der i+e präsent

Professionelles Marketing für mittelständische Unternehmen

www.dasmarketingbuero.de