

**RAABE
GRIMM
KOLLEGEN**
SINN
INHALT
GESTALT



Unternehmenspositionierung.
Wettbewerbsdifferenzierung.

*Nicht das Wer oder Was,
sondern das Wie macht
den Unterschied.*

Sie? Oder der Wettbewerb.

Wer hat auf Ihrem Markt eigentlich das Sagen?

Einer von vielen zu sein, ist nichts Besonderes ... man geht in der Menge unter. Etwas, das in großen Mengen vorhanden ist, gilt gemeinhin als wenig attraktiv. Mit einer Positionierung, die ein besonderes Merkmal oder eine Fähigkeit herausstellt, wird das anders.

Positionierungsentwicklung geht von der These aus, dass jedes Unternehmen (...das gilt natürlich auch für Produkte) über Eigenschaften und Merkmale verfügt, die einen einzigartigen strategischen Vorteil bieten, vom Wettbewerb unterscheidbar und für Kunden attraktiver machen. ... Vorausgesetzt, man arbeitet diese attraktive Einzigartigkeit heraus, instrumentalisiert sie zu seinem Markt- und Marketingvorteil und wirft sie in die Waagschale des Kunden...

Für wen macht das Thema überhaupt Sinn?

Die Positionierung ist unabhängig von Unternehmensgrößen und Branchen. Selbstverständlich kann sich auch ein Maler-Unternehmen mit besonderen Qualifizierungen oder besonderen Kundenservices von seinen Wettbewerbern absetzen. Positionierungsentwicklung ist also das Marketing-Instrument für jedes Unternehmen, das um die Kraft seiner besonderen Charaktermerkmale weiß. Und sich strategisch von seinem Wettbewerb abgrenzen will, um in den Köpfen seiner Kunden in der ersten Reihe zu sitzen.

Welches Ziel verfolgt Positionierung / Wettbewerbsdifferenzierung?

Ein ständig wachsendes Angebot vergleichbarer Produkte, Leistungen und damit einhergehender Informationsüberflutung erhöhen beim Kunden den Rechercheaufwand, die Abwägung, Unsicherheit und das Risiko einer Fehlentscheidung.

Ab einem gewissen Punkt schaltet das Gehirn bei der rationalen Abwägung ab ... und auf „weiche Faktoren“, die die Sehnsucht nach Gefühlen wie Transparenz, Entspannung, Sicherheit und Vertrauen triggern (Neurologen nennen das „kortikale Entlastung“), um. Das Ziel einer strategischen Positionierung ist es deshalb,

- ☛ Kauf- und Investitionsentscheidungen mittels positionierungsadäquater Argumentation, Kommunikation und emotionalem Mehrwert zu erleichtern,
- ☛ sich in den Augen der Kunden durch überzeugende Nutzenmerkmale und vertrauensbildende Attribute vom Wettbewerb zu differenzieren,
- ☛ was natürlich auch Aufmerksamkeit im Neukundengeschäft schafft, dieses beflügelt und Bestandskunden bestätigt,
- ☛ und nicht zuletzt den eigenen Mitarbeitern Orientierung und Identifikation ermöglicht.

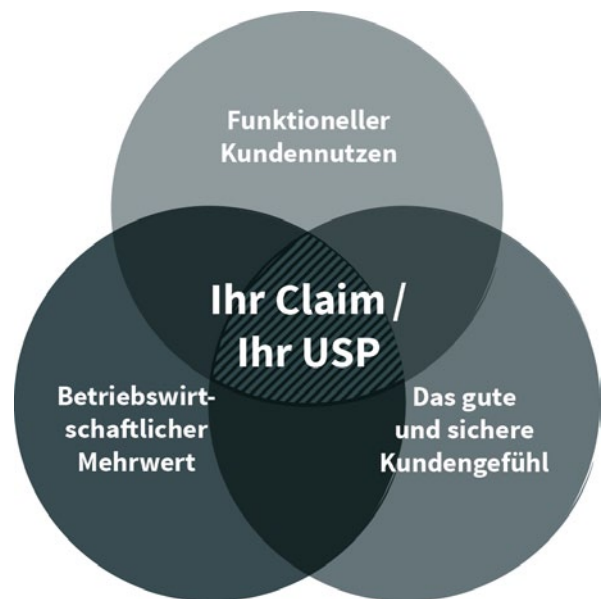
Was bedeutet die Positionierung für Ihr Unternehmensmarketing?

Grob gesagt: eine Vereinfachung. Weil die folgende Konzeption und Umsetzung aller Mittel und Maßnahmen, seien es Präsentationen, vertriebsunterstützende Newsletter oder Recruiting-Veranstaltungen, nun einen Korridor hat, den die Positionierung begrenzt und vorgibt.

Inhalte, Aussagen und Botschaften werden dahingehend vereinheitlicht, dass sie in ihrer jeweiligen Anwendung einen höchstmöglichen Beitrag liefern, um die Positionierung in den Köpfen der jeweiligen Zielgruppen zu verankern. Mit anderen Worten: Marketing und Kommunikation werden konsistent, weil sie jetzt einem „roter Faden“ folgen...

Das kann RAABE GRIMM KOLLEGEN für Sie tun:

- ☛ Wettbewerbsanalysen, Marktrecherchen und Potentialanalysen
- ☛ Entwicklung von Nutzenformulierungen und Argumentations-Leitfäden
- ☛ Erstellung von Personas (Nutzermodellen), um ein Gefühl dafür zu entwickeln, mit welcher Art der Ansprache Kunden am besten zu erreichen sind oder welche Inhalte in eine Positionierungsbotschaft einfließen müssen
- ☛ Moderation von unternehmensinternen Meinungsbildungen, Work-Shops
- ☛ Methodische Begleitung oder Durchführung von Entwicklungsprozessen
- ☛ Umsetzung von Positionierungserkenntnissen in vertriebsunterstützende Tools und Kampagnen
- ☛ Umsetzung von Positionierungserkenntnissen in verschiedenste Anwendungen, wie zum Beispiel Imagekampagnen, Kommunikationsstrategien und Konzepte zur Mitarbeiterfindung und Mitarbeiterbindung



Eine strategische Positionierung schafft Einzigartigkeit. Sie ist das beste Marketing, das ein Unternehmen für seinen Erfolg nutzen kann. Dabei gibt es, je nach Selbstverständnis und Stärken-Profil eines Unternehmens und seiner Produkte eine Reihe von Positionierungsmöglichkeiten:

1. Positionierung als Spezialist mit einer besonderen Expertise
2. Positionierung als Innovator
3. Positionierung über den Preis
4. Positionierung über Methoden und Technologien
5. Positionierung über einen besonderen Service
6. Positionierung über Protagonisten/eine besondere Persönlichkeit
7. etc.

Sie möchten mehr zum
Thema wissen?

Wir kommen nicht mit leeren Händen.

Nachdem Sie uns telefonisch oder per Mail eine kurze Einführung in Ihre Marketing-Thematik/-Problematik genannt haben, kommen wir grundsätzlich zu Erstgesprächen mit einem fundierten Gedankenpapier.

So können Sie einschätzen, ob wir Ihren Markt verstehen und eine konzeptionelle Vorstellung davon haben, wie sich das Bild von Ihrem Unternehmen in den für Sie relevanten Zielgruppen positiv beeinflussen lässt. Kostenlos und unverbindlich. Ohne Wenn und Aber.

Sie erreichen Wolfgang Raabe über
raabe@rgk-freiburg.de



**RAABE
GRIMM
KOLLEGEN**
SINN
INHALT
GESTALT

Raabe Grimm Kollegen GmbH
Tennenbacherstraße 9
79106 Freiburg im Breisgau

post@rgk-freiburg.de
www.rgk-freiburg.de