

Gesehen werden – aber richtig!

→ UNTERNEHMENSAUFTRITT Logo, Erscheinungsbild und Marketing eines Handwerksbetriebs sollten Zugpferde für Kunden- und Mitarbeitergewinnung sein. Warum funktioniert das oft nicht – und wie kann jeder einzelne Betrieb es besser machen? Das Matchpoint Kommunikations-System liefert überraschende und authentische Antworten.

eder Handwerksunternehmer heute weiß: Nur ein sichtbarer Betrieb findet am Markt statt, spricht Kunden an und fällt zukünftigen Mitarbeitern ins Auge.

Deshalb hat heute praktisch jeder Handwerksbetrieb ein Markenzeichen, tritt mit

einer firmeneigenen Fahrzeugbeschriftung, mit Briefbogen, Visitenkarte sowie Webseite in Erscheinung und versucht, die Geschäfte und Personalsuche mit Marketingaktivitäten anzukurbeln.

Einigen gelingt dies mit großem Erfolg.

Andere klagen, dass »wir oft verwechselt werden«, »viel zu wenige uns kennen«, »die Menschen einen falschen Eindruck von uns haben« oder sogar, dass »wir uns selbst mit unserem Auftritt nicht richtig wohl fühlen«. Genau in diesen Äußerungen stecken bereits

die zwei wichtigsten Erkenntnisse für den funktionierenden Grundauftritt: Wer verwechselbar auftritt, wer es so macht, wie es die anderen machen oder Werbemaßnahmen ohne Bezug zu seinem eigenen Unternehmenskern fährt, verpasst eine Chance. Nur ein Betrieb, der sich authentisch am Markt sichtbar macht, existiert und erreicht seine Ziele. Diese Authentizität mit ihren Ecken und Kanten herauszuarbeiten, glasklar zu definieren und dann auch konkret im Logo, im Corporate Design und als Marketingkonzept umzusetzen – das ist eine zentrale Aufgabe, die Expertin Andrea Eigel mit ihrem Matchpoint Kommunikations-System löst. In Einzelcoachings - meist über zwei bis drei Tage - mit den Betriebsinhabern und mit eigens entwickelten Tools entsteht eine neue Sichtbarkeit für den Betrieb, die durch und durch echt und wirksam ist. Vier Aspekte sind der erfahrenen Beraterin und Handwerkspraktikerin dabei besonders wichtig:

Das Besondere herausarbeiten Das Erscheinungsbild eines Betriebs und alle eingesetzten Werbemittel erreichen nur

dann Aufmerksamkeit und Resonanz, wenn die inhaltliche Substanz dahinter stimmt und 1:1 transportiert wird. »Mein Anspruch besteht darin, das Besondere, Eigene, Authentische eines Betriebs sichtbar zu machen und ihm dadurch ehrliche Differenzierungsmöglichkeit zu geben«, beschreibt Andrea Eigel ihr Vorgehen. Mit den richtigen Fragen und Auswahlmöglichkeiten konfrontiert, betrachten die Betriebsinhaber ihr Unternehmen aus ganz neuen Blickwinkeln und erkennen Potenziale, die sie zuvor nicht gesehen haben.

Im ersten Schritt zur authentischen Sichtbarkeit lernen die Betriebe also nicht nur, wo sie stehen und hin wollen, sondern auch, was sie auszeichnet und wirklich einzigartig macht. Daraus entsteht der Markenkern des Betriebs, aus dem sich alle weitere Maßnahmen entwickeln und dessen Kernbotschaft sie immer vermitteln.

Ein eigenes Profil entwickeln Andrea Eigel analysiert mit den Betrieben, was sie besser als die Wettbewerber und besonders gut machen. Noch spannender wird es im dritten Schritt: Was ist anMalerfachbetrieb

Denneugt vom Bester.

Www.orth-schoepflin.de



Ein professionelles und authentisches Firmenprofil kann für unterschiedlichste Werbe- und Marketingmaßnahmen verwendet werden– so bekommt der eigene Betrieb Sichtbarkeit und wird unverwechselbar

ders am Betrieb, und über welche konkreten Details lässt sich dieses Abheben von der Konkurrenz sichtbar machen? Die meisten Handwerksmeister denken bei dieser Differenzierungssuche zunächst an Leistungen und Angebotsspezialisierungen.

Die Expertin zeigt jedoch drei weitere Wege auf. Auch die genau bestimmte Zielgruppe eines Betriebs, die Art und Weise der >>>



Leistungserbringung sowie die stimmig vermittelte Motivation hinter der Arbeit des Betriebs taugen exzellent dazu, sich zu differenzieren und damit als »anders als die anderen« wahrgenommen zu werden. Aus diesem authentischen Nachdenken über sich selbst entsteht sehr schnell ein auf den Punkt gebrachtes Markenprofil, das für alles Weitere als Grundlage dient.



Das Profil sichtbar ma-

chen Ist das Profil des Betriebs und seine Positionierung erst einmal anhand von Eigenschaften (z. B. kreativ und originell oder präzise und verbindlich) und Werten (z. B. Vertrauen, Genuss oder Stärke) definiert, bietet das Matchpoint Kommunikations-System alle Mittel und Werkzeuge, um es in eine emotional wirksame Bildsprache und in entsprechende Marketing-Maßnahmen zu übersetzen. Das beginnt bei Farbigkeiten. Ein Malerbetrieb, der sich als kreativ und originell positioniert hat und den Genuss, den seine Gestaltungen dem Kunden bringen, ganz nach vorn in der öffentlichen Wahrnehmung stellen will, sollte sein Logo zum Beispiel nicht in kühlem Blau designen.

Von der Farbigkeit des Logos über die Schriftwahl bis hin zum Look von Firmenfotos und der grafischen Gestaltung aller Werbemittel findet der Markenprofil-Transfer im Matchpoint Kommunikations-System kon-



Das markante Word-Bild-Signet und die individuelle Gestaltung machen den Betriebsauftritt unverwechselbar und kommunizieren eine stimmiges Firmenprofil an den Kunden

sequent statt und wird für die Zukunft dokumentiert. Auf einmal ist die richtige Außendarstellung keine Frage mehr von Trend, sondern ausschließlich eine der Firmensubstanz. Das erleichtert die Gestaltung künftiger Kommunikationsmaßnahmen und die Absprachen mit Grafikern, Fahrzeugbeschriftern oder Webdesignern enorm.

Das Profil in Marketing-Maßnahmen übersetzen Dasselbe gilt nach der Festlegung des Erscheinungsbilds auch für die Festlegung und Ausgestaltung der Marketingmaßnahmen des Betriebs. Im Fokus stehen dabei die optimale Ausrichtung von analogen und digitalen Werbemitteln auf Profil, Ziele, Kunden und Mitarbeiter des Unternehmens. Die Optik

der Maßnahmen – wichtig für die emotionale Ansprache – wird dabei ebenso detailliert ausgearbeitet wie deren Inhalte.

Auch die Umsetzung aller geplanten Maßnahmen können Betriebsinhaber zusammen mit Andrea Eigel auf den Weg bringen, damit die bestmögliche Sichtbarkeit schnell Realität wird. »Ich möchte, dass engagierte Handwerksbetriebe ihr unternehmerisches Vermögen so gut darstellen können, wie es Ihnen gebührt«, beschreibt Andrea Eigel ihre Motivation hinter dem von ihr entwickelten Matchpoint-System. »Damit möchte ich dazu beitragen, dass sie die entsprechende Anerkennung von Kunden, Mitarbeitern und in wirtschaftlicher Hinsicht bekommen, die ihnen zusteht.«

Matthias Heilig

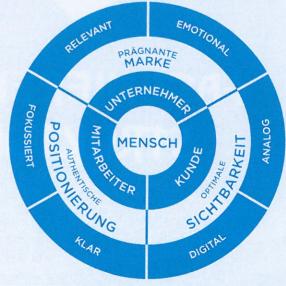
MATCHPOINT KOMMUNIKATIONS-SYSTEM

Positionierung, Auftritt und Marketing greifen ineinander

Das Matchpoint Kommunikations-System ist speziell geschaffen worden für Handwerksbetriebe und den Mittelstand. Es beinhaltet maßgeschneiderte und einzigartige Werkzeuge, ein individuelles Coaching sowie die Umsetzung und Prozessbegleitung aller Maßnahmen. Betriebsinhaber...

- ... entdecken damit ihre einzigartigen
- Qualitäten für eine authentische Differenzierung vom Wettbewerb
- ... finden ihre Positionierung am Markt
- ... lernen, wie sie diese Stärken
- als Marke konkret sichtbar und wirksam machen
- ... überzeugen damit die richtigen Kunden und Mitarbeiter
- ... holen damit Aufträge, die Zukunft haben und zufrieden machen
- ... gewinnen transparente Leitlinien für ihr gesamtes Marketing

 ${\bf Mehr \, Informationen \, zum \, Matchpoint \, Kommunikations\text{-}System:} \\ {\bf www.matchpoint\text{-}system.de}$



Die Umfassende Mattchpoint-Strategie ermöglicht es, systematisch die eigenen Marke aufzubauen und ein Firmenprofil zu entwickeln

Fotos: Andrea Eigel/ Kaleidoskop Marketing Service