

MFB News – Oktober 2007

Erfolgskriterium Kommunikation

Kommunizieren mit dem Markt ist für Unternehmen in der heutigen Zeit ein Muss. Doch wie kommunizieren Sie richtig? Was sagen Sie und vor allem wie sagen Sie es? Dies ist nicht immer so klar! Viele Unternehmen tun sich hier sehr schwer, finden nicht den richtigen Weg.

Erfolgreiche Kommunikation ist in erster Linie unternehmensspezifisch, d.h. auf Sie und Ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmt. Die zur Verfügung stehenden Instrumente des Marketings sollten Sie so nutzen, wie Sie zu Ihnen passen und wie sie Sie dabei unterstützen, das zu sagen, was Sie wollen.

Werbung – ja, aber richtig

Ein wichtiges Instrument ist die Werbung. Durch Anzeigen in Fachmedien, im Internet etc. machen Sie auf sich und Ihre Produkte aufmerksam. Hieran kommen Sie kaum vorbei, auch wenn Sie in einem noch so kleinen Marktsegment unterwegs sind. Wichtig ist hier nicht unbedingt die Größe einer Anzeige, sondern die Aussage, die Botschaft. Diese muss den Betrachter aufmerksam machen, sollte nicht zu aufdringlich sein und muss Sie und Ihr Unternehmen repräsentieren. Achten Sie darauf, dass Sie sich vom Wettbewerb abheben, sich aber nicht als zu anders präsentieren. Dies könnte potentielle Kunden abschrecken. In den meisten Fällen ist es ratsam, eine Agentur einzuschalten. Kreative haben in der Regel einen anderen Blick für das, was geht. Sie haben Erfahrung in der Umsetzung und können Ihnen gezielt Vorschläge machen.

Öffentlichkeitsarbeit oder PR - es geht nicht ohne

Ebenso unverzichtbar ist die Öffentlichkeitsarbeit. Tue Gutes und rede darüber. Es reicht nicht aus, dass Sie gut sind, andere müssen dies auch wissen. Sagen Sie, wenn Sie neue Mitarbeiter einstellen, melden Sie Produktinnovationen, positive Gewinn- und Umsatzentwicklungen interessieren die Öffentlichkeit ebenso. Wer macht nicht gerne mit Unternehmen Geschäfte, die erfolgreich sind? Die Antwort auf diese Frage ist einfach. Schauen Sie sich um, welche Fachmedien auf dem Markt für Sie interessant sein können, welche Medien der Region Ihnen wichtig sind. Legen Sie einen Presseverteiler an und versorgen Sie die Redaktionen kontinuierlich mit Meldungen aus Ihrem Hause. Auch hier kann es in den Anfängen ratsam sein, sich externe Hilfe einzukaufen und sich beim Start in Richtung PR unterstützen zu lassen. Je nach Ausrichtung und Unternehmensgröße können Sie auch dauerhaft einen „externen Journalisten“ einkaufen, der für Sie schreibt. Die Pressekontakte sollten Sie jedoch selber pflegen, denn nur so sind sie untrennbar mit Ihrem Haus verbunden.

Messen und Veranstaltungen - zur Kontaktpflege unverzichtbar

Ausgesuchte Messen und Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, Kontakte zu Interessenten aufzunehmen. Lose Gespräche, ein erstes Kennen lernen sind in vielen Fällen der erste Schritt zu einer lang anhaltenden Geschäftsbeziehung. Messebesuche und -teilnahmen sollten Ihre Kommunikation begleiten. Als alleiniger Weg sind sie nicht geeignet.

Die Kombination der Maßnahmen zählt

Um erfolgreich mit und auf dem Markt zu kommunizieren, müssen die zur Verfügung stehenden Instrumente so kombiniert werden, dass Sie zu Ihnen passen und das sagen, was Ihnen wichtig ist. Dies hört sich einfach an, ist es jedoch nicht. Die Einschaltung eines externen Experten sorgt für den erforderlichen Abstand und die notwendige Erfahrung in Sachen Kommunikation. In vielen Fällen reichen Impulse von außen, aktive, initiale Unterstützung der verantwortlichen Mitarbeiter sowie einige begleitende Maßnahmen aus, um den richtigen Weg zu finden.

Sprechen Sie mit uns. Frau Monika Frick-Becker berät Sie gerne in einem unverbindlichen Gespräch. Ihre Telefonnummer lautet: 0611 / 3411712.

MFB Resultants – Wir schaffen Resultate.**Kontaktadresse:**

MFB Resultants GmbH
Luisenplatz 1
65185 Wiesbaden

Telefon 0611 / 34 11 70

Fax 06 11/ 34 117 22

kontakt@mfresultants.com

www.mfresultants.com