

Strategische Beratung verbessert Marketingkommunikation

Fischen Sie als Agentur in Sachen „Strategieberatung“ nicht in fremden Gewässern, Frau Bosserhoff?

Nein! Denn die Projekte, in denen wir arbeiten, sind Kommunikationsprojekte. Wir wissen, dass der Erfolg unserer Maßnahmen stark davon abhängt, wie schlüssig wir in der Kette Strategie – Positionierung – Idee – Konzept – Kommunikation arbeiten. Im Strategie-Workshop unterstützen wir unsere Kunden schon im Vorfeld dabei, ihre Ziele konkreter zu beschreiben, Ressourcen zu definieren und Vorgehensweisen zu benennen, das heißt, sich strategisch klarer aufzustellen.

Wie kann man sich Ihren Beitrag zur Strategie-Entwicklung genauer vorstellen?

Als Externe haben wir den Vorteil, dass wir nicht Bestandteil der im Unternehmen gewachsenen Strukturen sind. Unsere Rolle im Workshop sehen wir vor allem darin, die richtigen Fragen zu stellen. Zur Vorbereitung führen wir gezielt Interviews mit Kunden, Partnern und Meinungsbildnern der Branche. Zusammen mit unserem fachlichen Know-how und der langjährigen Erfahrung können wir so neue Blickwinkel öffnen und den Prozess stringent zu einem konkreten Ergebnis führen.

Wen binden Sie in die Strategieberatung ein?

Ich finde es immer ganz wichtig, dass Geschäftsführung und Marketing hier nicht im eigenen Saft schmoren. Wenn man im Workshop zum Beispiel die Führungskräfte über möglichst alle Sparten mitnimmt, fließen viele wertvolle Aspekte ein, die sonst nicht berücksichtigt werden würden. Der Marketing-erfolg beginnt immer intern.

Nennen Sie uns ein konkretes Beispiel für ein erfolgreiches Projekt?

Gerne, ein schönes Beispiel ist der Relaunch der Markenarchitektur der Heimbach Gruppe: Quasi von heute auf morgen sind alle Markennamen, die über Jahrzehnte im Einsatz waren, weggefallen. Stattdessen mussten

Vertrieb und Kunden mit einer zwar sehr schlüssigen, aber komplett neuen Markenarchitektur umgehen lernen. Das Projekt war solide im Unternehmen verankert und zum Zeitpunkt der Präsentation bis zum Ende durchdacht. Die Mitarbeiter hatten verstanden, warum der Wechsel sinnvoll war und sie sind umfassend informiert worden, welchen Einfluss der Wechsel auf Ihren Arbeitsalltag hat, welche Schritte bis wann erledigt sind.

Die Strategieberatung führt also zu erfolgreicherem, zu effizienteren Prozessen?

Unbedingt! Der Wechsel bei Heimbach verlief unglaublich reibungslos: Bereits nach wenigen Monaten waren die „alten“ Markennamen aus dem Sprachgebrauch von Kunden und Heimbach-Mitarbeitern verschwunden. Die E-Mail an die Geschäftsführung von Heimbach bringt die positive Resonanz sehr schön auf den Punkt:

„Yesterday Chris gave the presentation for the renaming of our product range. I must say that I was very impressed with the naming conventions, the reasoning behind them and the accompanying DVD. It was extremely professional and I wanted to pass on my congratulations to you and the team. Excellent job!“

Das klingt beeindruckend. Gibt es ein Erfolgsgeheimnis?

Wir haben immer im Blick, dass es für unsere Kunden darum geht, dass am Ende des Tages kein theoretisches Marketinghandbuch herauskommt – sondern ein praktisch umsetzbares Konzept, das von Ideen getragen ist, die im Unternehmen verankert sind und die wirklich die Zielgruppe erreichen.



Kreative Impulse

Wibo – Unternehmenskommunikation
Ria Bosserhoff

Von-Werner-Straße 32
52222 Stolberg
Telefon 0 24 02 90 300 19

www.wibo-agentur.de