



Vortrag zum Thema „Corporate Communication“ am 20. Juni 2006 beim Netzwerktreff der BDS Unternehmerinnen Region Stuttgart e.V. in Ostfildern.

Referentin: Rita Pretzel, GestaltungsMarketing, www.gestaltungsmarketing.de

Menschen entscheiden immer öfter nach Gefühl!

Neueste Trendforschungen ergeben: Unternehmen, die Vertrauen einflößen, sind bei Konsumenten im Vorteil.

Bei Entscheidungen wird heute am häufigsten auf die Mechanismen Vertrauen und Ästhetik zurückgegriffen. Diese Erkenntnisse müssen in eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation einfließen, um Kundengewinnung und Kundenbindung gerecht zu werden.

„Wir kommunizieren immer und ständig“, so Rita Pretzel, „selbst die bewusste Verweigerung durch SCHWEIGEN ist Kommunikation – egal was wir tun, es ist immer auch Kommunikation.“

Kommunikation wird definiert als das Vermitteln von Inhalten einer Person/eines Unternehmens das Signale aussendet, zu einer Person/eines Unternehmens das Signale empfängt. Doch so einfach ist das heute nicht mehr. Die Vielzahl an Anbietern in nahezu allen Branchen und die Datenflut durch interaktive Medien, haben die Zahl der Entscheidungen explodieren lassen. In einer Zeit, in der sich die Qualität von Produkten und Dienstleistungen immer mehr angleicht – „ein einzigartiger Vorteil ist heute seltener als ein sechser im Lotto“ – wird die professionell konzipierte Kommunikation mit ideenreicher Gestaltung zum entscheidenden differenzierenden Merkmal in der erfolgreichen Unternehmenskommunikation. Aktuelle Trendforschungen ergeben: emotionale oder intuitive Entscheidungen gewinnen immer mehr die Oberhand. Dabei wird am häufigsten auf die Mechanismen Vertrauen und Ästhetik zurückgegriffen. „Wir fragen die Menschen, denen wir vertrauen, und Unternehmen, die Vertrauen einflößen sind im Vorteil. Was uns gefällt und sympathisch wirkt wird gewinnen – was unklar oder langweilig ist, wird verlieren.“

Jede Kommunikation ist zielgerichtet auf eine bestimmte Wirkung. Die Meinungen oder das Verhalten von angesprochenen Personen sollen beeinflusst werden – um dies zu erreichen kommunizieren wir Botschaften. „Der Kern einer erfolgreichen Botschaft ist der gezeigte Kundennutzen, denn gut ist, was wirklich nützt!“ Dabei wird unterschieden zwischen dem Grundnutzen (objektiv und rational nachvollziehbarer Nutzen) und dem fast noch wichtigeren Zusatznutzen, der z.B. an Prestige, Status, Sinnlichkeit, Gefühl appellieren kann (subjektive und emotionale Assoziationen auslösen). Gestaltung und Design sind die Transportmittel einer Botschaft und je kreativer und ausgefallener die Gestaltung, umso schneller kommt die Botschaft an.

Die entscheidenden Fragen für eine professionelle Corporate Communication – wer, was, für wen, wie, womit und wann – gilt es immer wieder auf ihre AIWA - Aktualität zu überprüfen, um erfolgreich im Geschäftsleben zu sein und zu bleiben. A wie Aufmerksamkeit bekommen – „Ja, ist mir aufgefallen“, I wie Interesse wecken – „Aha, interessant“, W wie Wünsche wecken – „Das muss ich haben, das bringt mich weiter“ und schließlich A wie Aktionen auslösen – „Das habe ich mir gegönnt“.

Rita Pretzel ist freie Gestalterin und Inhaberin des Medienbüros GestaltungsMarketing in Wolfschlugen. Hier finden Sie professionelle, durchdachte Unterstützung in allen Bereichen der Unternehmenskommunikation, eine ideenreiche, immer individuelle Gestaltung mit hoher Qualität und einen ausgezeichneten, verlässlichen Service.