



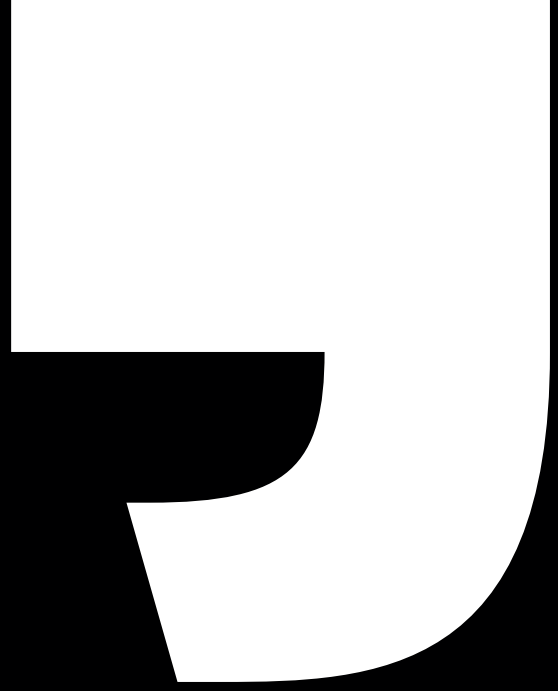
FRAG/WÜRDIG

WARUM MANCHE FRAGEN ES WERT SIND,
GESTELLT ZU WERDEN!

**WARUM
SIND MANCHE
UNTERNEHMEN
ERFOLGREICHER
ALS ANDERE?**

ERFOLG





**DIE
ANTWORT
DARAUF
IST
EINFACH!**

Weil sie Ihre Stärken kennen und gezielt einsetzen. Weil sie wissen, was sie können, und dieses Können nutzen.

Und weil sie die richtigen Leute kennen. Spezialisten, die ihnen bei Aufgaben weiterhelfen, über die sie nicht im Detail Bescheid wissen. Zum Beispiel, wie man Kunden von guten Produkten und Dienstleistungen überzeugen kann.

Jedes Unternehmen macht sich darüber Gedanken. Sicher auch Ihres. Und bestimmt fragen Sie sich, wie Sie Ihr Budget am wirkungsvollsten einsetzen. Schließlich gibt es heutzutage mehr Möglichkeiten denn je ...



**WER
NICHT
FRAGT,
BLEIBT
DUMM!**



DAS BEGREIFT
MAN SCHON
ALS KIND.
WER FRAGT,
WIRD SCHLAU.

07

Später, als Erwachsener, lernt man dann: Manchmal wird man sogar schlauer, indem man Fragen hinterfragt. Denn manche Fragen zielen in die falsche Richtung. Dann bekommt man zwar Antworten, aber diese helfen einem nicht weiter. Weil das Problem ganz woanders liegt.

Und genau damit beginnt bei uns alles: Wir lauschen Ihren Fragen. Und hinterfragen sie. So beginnt eine spannende und fruchtbare Zusammenarbeit.

**DIE FRAGEN,
DIE UNS
UNTERNEHMEN
STELLEN ...**





Ist mein Webauftritt
noch zeitgemäß?



Wie bleibe ich bei
Kunden in Erinnerung?



Benötige ich
Social Media?

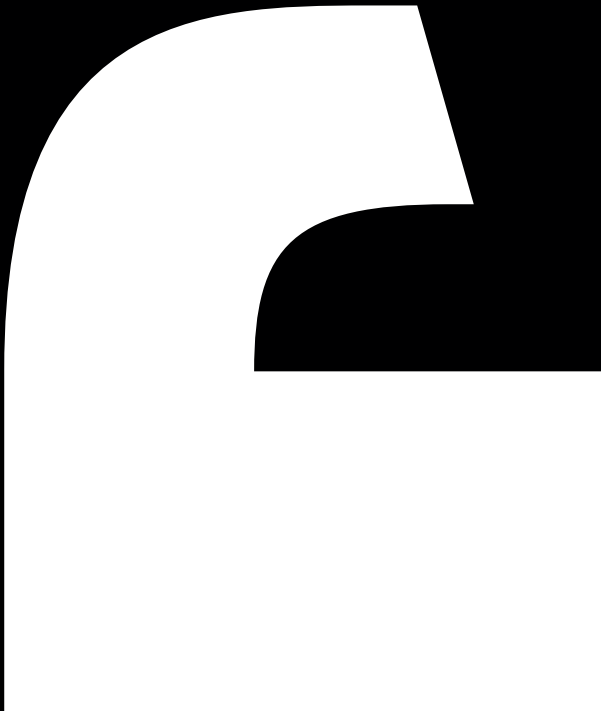


Ist mein Logo
eigentlich gut?



Wie gewinne ich
neue Mitarbeiter?

**GUTE
FRAGEN,
ABER ...**



...

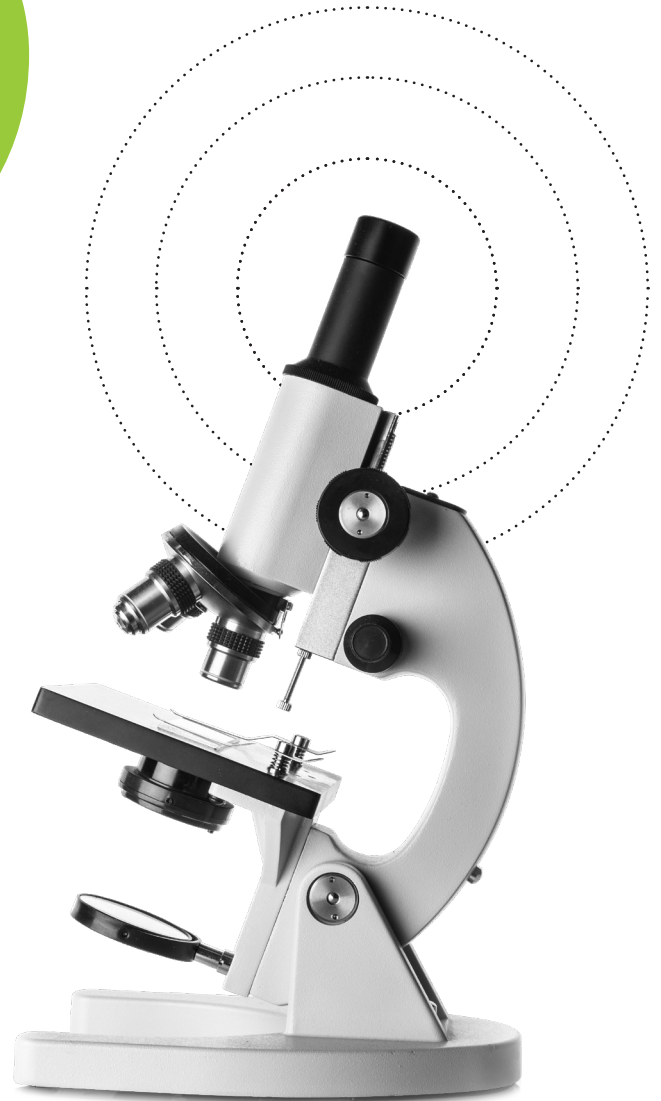
**WELCHE FRAGEN
STEHEN HINTER
DIESEN FRAGEN?**

**HINTER-
FRAGEN
SIE IHRE
FRAGEN!**

OFT GREIFEN FRAGEN ZU KURZ

Die Art der Frage bestimmt die Qualität der Antwort. Das gilt im Privatleben wie im Geschäftsalltag. Auf eine unspezifische Frage („Wie läuft’s?“) erhält man eine vage Antwort („Ganz gut“).

Wer fundierte Auskünfte erhalten möchte, muss das Thema daher präzise eingrenzen. Je konkreter, desto besser. Auf den folgenden Seiten analysieren wir allgemeine Marketingfragen, die uns Unternehmer in Gesprächen häufig stellen, und Sie erfahren, wie man diese Fragen zielführender formulieren kann.



**IST
MEIN LOGO
EIGENTLICH GUT?**

Das hängt von unterschiedlichen Faktoren ab.
Es geht dabei nicht nur um schönes Design.
Wichtiger ist, dass das Design funktioniert.
Das macht die Sache knifflig.





Wie einprägsam
ist das Logo?



Ist das Logo
kanalübergreifend
einsetzbar?



Spricht das Logo
die Zielgruppe an?



Ist das Logo
noch zeitgemäß?



Ergibt sich in den Medien
ein homogenes Gesamtbild?



Wird die Idee dahinter
konsequent umgesetzt?

GEMEINSAM FINDEN WIR DIE ANTWORTEN!

Designer lieben Logos, denn diese bieten unendlich viele kreative Möglichkeiten. Doch auch Designer sind Kinder ihrer Zeit. Daher wurde selbst das zeitlose Coca Cola-Logo im Lauf der Jahrzehnte immer wieder behutsam angepasst und modernisiert.

17

Auch gehen Kreativität und Funktionalität nicht immer Hand in Hand. Was auf einer Großfläche toll aussieht, kann auf Geschäftspapier zu kleinteilig sein. Und nicht jedes Logo bleibt im Gedächtnis haften. Sei es, weil die Idee, die dahintersteht, nicht verstanden wird oder die Zielgruppe einen anderen Geschmack hat. Gründe genug, das Logo unter die Lupe zu nehmen.

**IST
MEINE WEBSITE
NOCH ZEITGEMÄSS?**

Einer Website aus den 00er Jahren sieht man an, dass sie veraltet ist. Einer fünf Jahre alten Website nicht unbedingt. Oft täuscht das moderne Design darüber hinweg, dass die Technik dahinter überholt ist.





Ist die Website
suchmaschinenoptimiert?



Ist die Technik auf
dem neuesten Stand?



Ist die Website
responsive?



Ist die Website
nutzerfreundlich?



Sind die gesuchten
Informationen schnell
auffindbar?



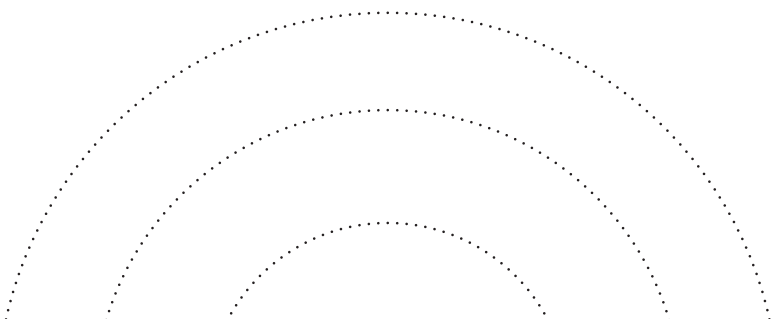
Sind die Inhalte aktuell?

GEMEINSAM FINDEN WIR DIE ANTWORTEN!

Scrollen verboten! Das war einer der Glaubenssätze in den Anfangsjahren des Internets. Dann kamen die Smartphones, und seitdem gilt das Gegenteil. Und das ist nur ein Beispiel. In Sachen Websites muss ständig umgedacht und dazugelernt werden.

21

Was gestern noch funktionierte, ist heute wirkungslos. Daher ist es sinnvoll, den eigenen Internetauftritt von Zeit zu Zeit zu analysieren. Die wichtigste Frage dabei: Wird die Zielgruppe noch erreicht? Wenn dies nur bedingt gelingt, hilft es vielfach, an einigen Stellschrauben zu drehen. Zusammen ermitteln wir, wo feinjustiert und renoviert werden muss.





BENÖTIGE ICH SOCIAL MEDIA?

Facebook, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Xing...
Immer mehr Menschen werden Teil der sozialen Netzwerke.
Welchen Nutzen haben Unternehmen davon? Eines vorab:
Eine Facebook-Seite allein kann keine Wunder vollbringen!





Nutzt Ihre Zielgruppe
die sozialen Netzwerke?



Möchten Sie den Kanal
nur werblich nutzen?



Ist mein Produkt oder
Unternehmen für die
Social-Media-Zielgruppe
relevant?



Habe ich das Personal,
um die verschiedenen Kanäle
zu bespielen?

GEMEINSAM FINDEN WIR DIE ANTWORTEN!

Auf Kanälen wie Facebook findet man mittlerweile viele Firmenseiten. Doch bei genauerem Hinsehen zeigt sich häufig, dass die Resonanz bescheiden ist und nur unregelmäßig Beiträge gepostet werden – als wäre das Ganze eine lästige Pflichtübung.

25

Eine Antwort auf die Frage „Benötige ich Social Media?“ können wir daher sofort geben: Nur wenn Sie die Sache systematisch und engagiert angehen. Einmal im Monat irgendwas zu posten, bringt überhaupt nichts. Damit Sie die sozialen Netzwerke als Marketing-Kanal wirkungsvoll einsetzen können, müssen Sie im Vorfeld Ziele definieren und eine Route abstecken – dabei helfen wir.



WIE GEWINNE ICH NEUE MITARBEITER?

Die Babyboomer – die geburtenstarken Jahrgänge der 60er – gehen bald in Rente. Die Lücke, die sie hinterlassen, kann von den geburtenschwächeren Jahrgängen nicht gefüllt werden. Entsprechend hart wird der Kampf um Nachwuchskräfte.





Über welche Kanäle haben Sie bisher Mitarbeiter gesucht?



Besteht die Chance, dass Mitarbeiter der Konkurrenz zu Ihnen wechseln?



Welche Eigenschaften und Werte zeichnen Sie als Unternehmer aus?



Welche Kultur herrscht in Ihrem Unternehmen?



Welcher Typ Mitarbeiter ist bei Ihnen am besten aufgehoben?



Was können Sie Mitarbeitern unabhängig von Geld bieten?

GEMEINSAM FINDEN WIR DIE ANTWORTEN!

Früher war es einfacher. Es genügte, dass Firmen ihre Produkte und Dienstleistungen vermarkteten. Doch in Zeiten des Fachkräftemangels reicht es nicht, nur beim Kunden als gute Marke zu gelten. Man muss auch als „Arbeitgebermarke“ attraktiv sein.

Denn auf dem Markt der Fachkräfte und künftigen Azubis zählen andere Qualitäten. Hier geht es nicht um das Ergebnis der Arbeit, sondern um die Arbeit an sich, um Karrieremöglichkeiten, um das Betriebsklima, ums liebe Geld und um Mehrwerte. Diese gilt es zu kommunizieren, auch jenseits von Stellenanzeigen. Wir begleiten Sie auf diesem neuen, ungewohnten Weg.

**WIE BLEIBE ICH
BEI KUNDEN
IN ERINNERUNG?**

300 oder 13.000? Fachleute sind sich uneins darüber, wie viele Werbebotschaften täglich auf einen Menschen einstürzen. In jedem Fall sind es zu viele. Für Unternehmen wird es immer schwieriger, sich im Bewusstsein des Kunden zu verankern.





Wie gut kennen Sie
Ihre einzelnen Kunden?



Setzen Sie gedruckte
Direktmailings ein?



Über welche Kanäle
sprechen Sie
Ihre Kunden an?



Nutzen Sie Facebook,
Instagram, LinkedIn
und Xing?



Was geschieht, nachdem ein
Auftrag abgeschlossen ist?



Aktivieren Sie „schlafende“
Kunden? Wenn ja, wie?

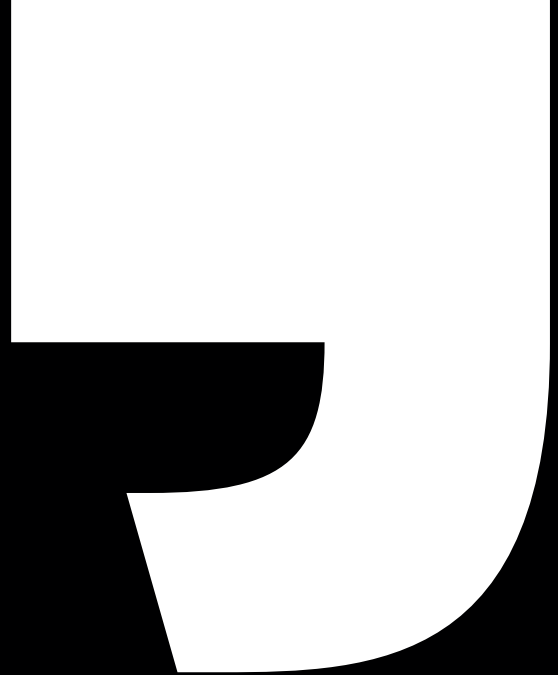


Wie individualisiert ist
Ihre Kundenansprache?

GEMEINSAM FINDEN WIR DIE ANTWORTEN!

Der Kunde von heute ist sprunghaft und lässt sich leicht ablenken. Zu viele Anbieter, zu viele Angebote. Umso wichtiger ist es, sich immer wieder in Erinnerung zu bringen. Aber nicht zu aufdringlich, und schon gar nicht auf die 08/15-Tour.

Die Ära der Wurfsendungen ist vorbei (außer für Bau- und Supermärkte). In Zeiten der Individualisierung muss auch die Werbung auf das Individuum zugeschnitten sein. Als Unternehmen müssen Sie den einzelnen Kunden und dessen Bedürfnisse genau kennen. Wir unterstützen Sie darin, die Basis für eine wirkungsvolle Kommunikation zu schaffen.



**UND WIE
GEHT ES
JETZT
WEITER?**



**LASSEN SIE
UNS SPRECHEN!**

35

+49 (0) 6502 9388-0
info@zweipunktnull.de

Nun sind Sie am Zug. Konnten wir Ihr Interesse wecken? Fühlen Sie sich durch bestimmte Themen dieser Broschüre angesprochen? Wenn ja, welche? Gibt es Themen, die Sie vermissen und die für Sie wichtig sind?

Erfolgreiches Marketing benötigt unterschiedliche Bausteine. Der Mix macht's! Doch neben Print und Digital (in all ihren Facetten) gibt es eine Form der Kommunikation, die unschlagbar ist: das persönliche Gespräch.

Lassen Sie uns herausfinden, ob die Chemie passt – wir glauben an dauerhafte Kundenbeziehungen.



Werbeagentur zweipunktnull GmbH

Jean-Monnet-Str. 5 · 54343 Föhren · www.zweipunktnull.de