

STUDIO LUO

BUILDING STRONG RELATIONSHIPS

VON UNSICHERHEIT ZU KLARHEIT:

DIE 5 HÄUFIGSTEN FEHLER IM UNTERNEHMENSAUFTRITT UND WIE SIE DIESE MIT UNSEREM LEITFADEN VERMEIDEN KÖNNEN

Sichern Sie sich Kunden, Mitarbeiter und schaffen Sie interne Klarheit durch eine professionelle Positionierung und eine erfolgreiche Marketingstrategie.



AN WEN RICHTET SICH DIESER REPORT?

Sie finden keine Kunden und haben Schwierigkeiten bestehende Kunden an ihr Unternehmen zu binden?

Ihnen fehlen passende Bewerber?

Intern gibt es immer wieder Unstimmigkeiten, was die Ausrichtung Ihres Unternehmens angeht und es fehlt den Mitarbeitern an Motivation?

DANN IST DIESER REPORT DAS RICHTIGE FÜR SIE!

In einer Welt voller Konkurrenz und digitaler Reizüberflutung ist eine gute Positionierung wichtiger denn je. Sie ist der Schlüssel, um sich von der Masse abzuheben, eine emotionale Bindung zu Kunden und Mitarbeitern aufzubauen und langfristigen Erfolg zu sichern.

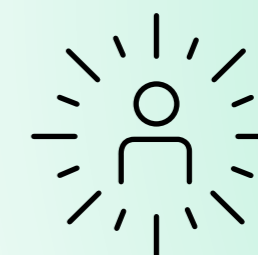
Unternehmen müssen sich durch ein stetig wachsendes Angebot an Produkten und Konkurrenz im Markt abheben, um wahrgenommen zu werden.

Außerdem kaufen Kunden nicht mehr nur Produkte, sondern Werte, Emotionen und Erlebnisse.

Ein Unternehmen muss diese Bedürfnisse verstehen und bedienen.

Es geht darum eine Beziehung zu Mitarbeitern und Kunden aufzubauen.

Wir zeigen Ihnen wie.



WARUM IST EINE STARKE MARKENPOSITIONIERUNG SO WICHTIG?

Eine starke Marke hat viele Vorteile für Unternehmen, darunter:

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT:

Eine starke Arbeitgebermarke macht ein Unternehmen für qualifizierte Mitarbeiter attraktiver. Studien zeigen, dass Unternehmen mit einer starken Arbeitgebermarke bis zu 50 % mehr Bewerber haben, als Unternehmen mit einer schwachen Arbeitgebermarke.

WIEDERERKENNUNG UND VERTRAUEN:

Eine starke Marke ermöglicht es Kunden, Ihr Unternehmen leicht wieder zu erkennen und sich mit diesem zu identifizieren. Dies baut Vertrauen auf und führt zu loyalen Kundenbeziehungen.

DIFFERENZIERUNG IM WETTBEWERB:

In überfüllten Märkten ist es wichtig, sich von der Konkurrenz abzuheben. Eine starke Marke mit einem klaren Alleinstellungsmerkmal kann dies ermöglichen.

INTERNE KLARHEIT:

Klare Werte, Ziele und ein klares „Warum“ des Unternehmens schaffen eine transparente und inspirierende Arbeitsumgebung, die Talente anzieht und bindet. Engagierte Mitarbeiter, die die Unternehmenswerte und -ziele verstehen, werden zu aktiven Markenbotschaftern und steigern die Arbeitgeberattraktivität auf natürliche Weise.

LANGFRISTIGER ERFOLG:

Eine starke Marke schafft eine solide Basis für langfristigen Erfolg und Stabilität. Sie kann auch dazu beitragen, Krisen besser zu überstehen, da Kunden tendenziell treu bleiben, selbst wenn Probleme auftreten.



WARUM SOLLTEN KLEINE UNTERNEHMEN EINE STARKE MARKE AUFBAUEN?

Eine starke Markenpositionierung ist gerade für kleine Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Sie ermöglicht es, sich vom Wettbewerb abzuheben und Vertrauen bei den Kunden aufzubauen. Durch eine klare Markenbotschaft und -identität können kleine Unternehmen langfristige Kundenbindungen und -loyalität aufbauen. Eine etablierte Marke eröffnet Spielraum bei der Preisgestaltung und steigert den Wert des Unternehmens. Insgesamt macht eine starke Markenpositionierung kleine Unternehmen widerstandsfähiger und unterstützt ihren langfristigen Erfolg.

WARUM FÄLLT ES VIELEN UNTERNEHMEN SCHWER EINE STARKE MARKE ZU ENTWICKELN?

Viele Unternehmen stehen vor der Herausforderung, eine starke Marke zu entwickeln, die sich klar von der Konkurrenz abhebt und eine treue Kundenbasis aufbaut. Oftmals liegt dies an verschiedenen Faktoren, die den Prozess erschweren.

Ein zentraler Aspekt ist die **MANGELNDE KLARHEIT** über die eigene Markenidentität. Wenn Unternehmen nicht genau wissen, wer sie sind und was ihre Marke ausmacht, fällt es schwer, eine konsistente Botschaft zu kommunizieren. Dies kann zu Verwirrung bei den Kunden führen und die Wirkung der Marke beeinträchtigen.

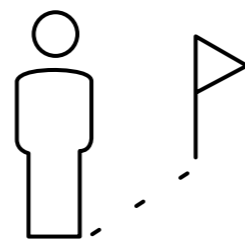
Darüber hinaus fehlen vielen Unternehmen oft die **NOTWENDIGEN RESSOURCEN** für eine effektive Markenentwicklung. Der Aufbau einer starken Marke erfordert Zeit und Engagement, was insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen eine Herausforderung darstellen kann.

Ein weiterer Grund liegt im **KURZFRISTIGEN DENKEN** vieler Unternehmen. Sie konzentrieren sich oft zu sehr auf sofortige Gewinne und vernachlässigen dabei die langfristige

Entwicklung ihrer Marke. Dabei ist es wichtig zu verstehen, dass der Aufbau einer starken Marke oft langfristiges Denken und Engagement erfordert.

Des Weiteren ist eine **STARKE KUNDEN-ORIENTIERUNG** entscheidend für den Erfolg einer Marke. Unternehmen müssen eng mit den Bedürfnissen und Wünschen ihrer Zielgruppe verbunden sein und einen echten Mehrwert bieten, um eine starke Verbindung zu ihren Kunden aufzubauen.

Zuletzt ist die **MANGELNDE KONSISTENZ** in der Markenführung ein häufiges Problem. Eine konsistente Kommunikation und Verhalten über verschiedene Kanäle und Berührungspunkte hinweg ist entscheidend für den Aufbau einer starken Marke. Wenn Unternehmen nicht konsistent sind, kann dies zu Verwirrung und einer schwächeren Markenwahrnehmung führen.



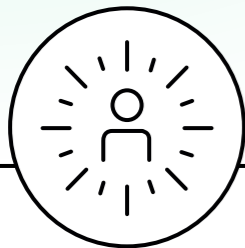
Schauen sie sich
auf den folgenden Seiten
5 FEHLER
an, die Sie
vermeiden sollten!

FEHLER 1

KEINE KLARE ZIELGRUPPENANSPRACHE

Eine unklare Zielgruppenansprache führt oft zu allgemeinen oder oberflächlichen Botschaften, die für niemanden wirklich relevant sind. Verbraucher möchten sich mit Marken identifizieren können und suchen nach Produkten oder Dienstleistungen, die ihre spezifischen Bedürfnisse erfüllen. Wenn eine Marke nicht klar kommuniziert, wie sie diese Bedürfnisse adressiert, wird sie als weniger relevant wahrgenommen. Eine klare

Zielgruppenansprache ermöglicht es einem Unternehmen außerdem, seine Kunden besser zu segmentieren und gezieltere Marketingstrategien zu entwickeln. Durch die Identifizierung spezifischer Kundensegmente kann ein Unternehmen maßgeschneiderte Botschaften und Angebote erstellen, die besser auf die Bedürfnisse und Vorlieben dieser Segmente zugeschnitten sind.



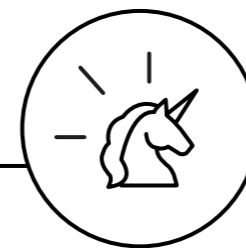
Wie genau sprechen Sie Ihre Zielgruppe an und welche Medien und Kanäle nutzen Sie dafür?

FEHLER 2

MANGELNDE DIFFERENZIERUNG

In den meisten Branchen gibt es eine Vielzahl von Mitbewerbern, die ähnliche Produkte oder Dienstleistungen anbieten. Wenn eine Marke sich nicht ausreichend differenziert, kann sie in einem Meer ähnlicher Angebote untergehen und es wird schwierig, Aufmerksamkeit zu erregen oder Kunden zu überzeugen. Eine starke Differenzierung hilft einer Marke dabei, sich im Gedächtnis der Verbraucher zu verankern. Marken, die sich durch einzigartige Merkmale, Werte oder Positionierungen auszeichnen,

haben eine höhere Chance, langfristig im Bewusstsein der Kunden präsent zu sein und eine emotionale Bindung zu den Kunden aufzubauen.



Wie können Sie es schaffen Mitarbeiter, Bewerber und Kunden für Ihr Unternehmen zu begeistern?

FEHLER 3

WERBUNG OHNE SUBSTANZ

Werbung ohne einen echten Mehrwert kann dazu führen, dass die Marke als aufdringlich oder unaufrichtig wahrgenommen wird. Wenn eine Werbung inhaltsleer ist und keine echten Vorteile oder Qualitäten des beworbenen Produkts oder der Dienstleistung vermittelt, kann dies die Glaubwürdigkeit der Marke untergraben. Substanzlose Werbung sagt wenig über die Werte oder den Zweck einer Marke aus. Marken, die langfristig erfolgreich sein wollen, müssen ihre Werte und ihre Mission klar kommunizieren,

um eine emotionale Verbindung zu ihren Kunden aufzubauen. Werbung ohne Substanz versäumt es oft, diese wichtigen Aspekte zu vermitteln.

Verbraucher sind heutzutage sehr skeptisch gegenüber oberflächlicher Werbung und erkennen schnell, wenn Unternehmen versuchen, sie zu täuschen oder zu manipulieren. Unternehmen sollten sicherstellen, dass ihre Werbebotschaften relevant, ansprechend und informativ sind und der Zielgruppe einen Mehrwert bieten.



Welchen Mehrwert bieten Sie Ihrer Zielgruppe und wie kommunizieren Sie diesen?

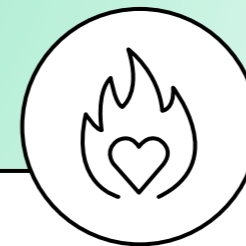
FEHLER 4

KEIN ZIELGRUPPENGERECHTES ERSCHEINUNGSBILD

Der Unternehmensauftritt sollte an der Zielgruppe ausgerichtet sein, das heißt die Tonalität der Sprache und das gesamte Erscheinungsbild muss auf die Zielgruppe ansprechend und interessant wirken. Dazu gehört ein ansprechendes Design der Website, Social Media und anderen Plattformen. Informative Inhalte, positive Bewertungen und ein transparenter Auftritt spielen hierbei ebenso eine große Rolle.

Unternehmen, die sich nicht gut präsentieren, erwecken den Eindruck, dass sie sich nicht für potenzielle Kunden und Mitarbeiter interessieren.

Unternehmen, die an schlechtem Design oder inkonsistentem Branding leiden, riskieren, dass ihre Botschaften nicht effektiv kommuniziert werden oder dass sie als nicht professionell wahrgenommen werden.



Spiegelt das Erscheinungsbild Ihres Unternehmens dessen Charakter wieder? Fühlt sich Ihre Zielgruppe davon angesprochen?

FEHLER 5

KEINE ONLINE-PRÄSENZ

Unternehmen, die online nicht sichtbar sind, sind für potenzielle Mitarbeiter schwer zu finden. In der heutigen Zeit ist das Internet wichtiger denn je, um sich über Unternehmen und Jobs zu informieren. Unternehmen, die online nicht sichtbar sind, verpassen daher eine wichtige Möglichkeit, Kunden und potenzielle Mitarbeiter anzusprechen.

Das Bespielen der falschen Kanäle kann jedoch ebenso dafür sorgen, dass Sie Ihre Zielgruppe

nicht erreichen. Es ist wichtig in Erfahrung zu bringen auf welchen Plattformen sich potenzielle Kunden und Bewerber aufhalten, damit Zeit und Ressourcen nicht verschwendet werden.



Zeigen Sie sich der Welt bereits und überzeugen potenzielle Kunden & Mitarbeiter durch Transparenz & Authentizität?



POSITIONIERUNG MIT SYSTEM

Bei der Positionierung zu einer starken Marke geht es im Kern um drei Bereiche: dem Purpose also dem Sinn, dem ein Unternehmen folgt. Den Mehrwert den das Unternehmen in die Welt trägt und um die Art und Weise wie das Unternehmen nach innen und außen kommuniziert. Das Zusammenspiel dieser drei Bereiche kann, wenn es entsprechend ausgearbeitet ist und richtig ineinandergreift, dafür sorgen, dass sich Menschen mit dem Unternehmen identifizieren, was zu treuen Kunden und überzeugten Mitarbeitern führt.

SCHRITT 1 | PURPOSE

Der Purpose eines Unternehmens ist seine grundlegende Mission und Motivation, die über den reinen Gewinn hinausgeht. Er definiert, warum das Unternehmen existiert, seine Werte und Ziele. Der Purpose dient als Leitstern für alle Aktivitäten und hilft dabei, langfristige Ziele zu setzen. Letztendlich ist er ein Versprechen an die Welt, das verdeutlicht, wie das Unternehmen seinen Erfolg definiert und welche Werte es dabei verfolgt.

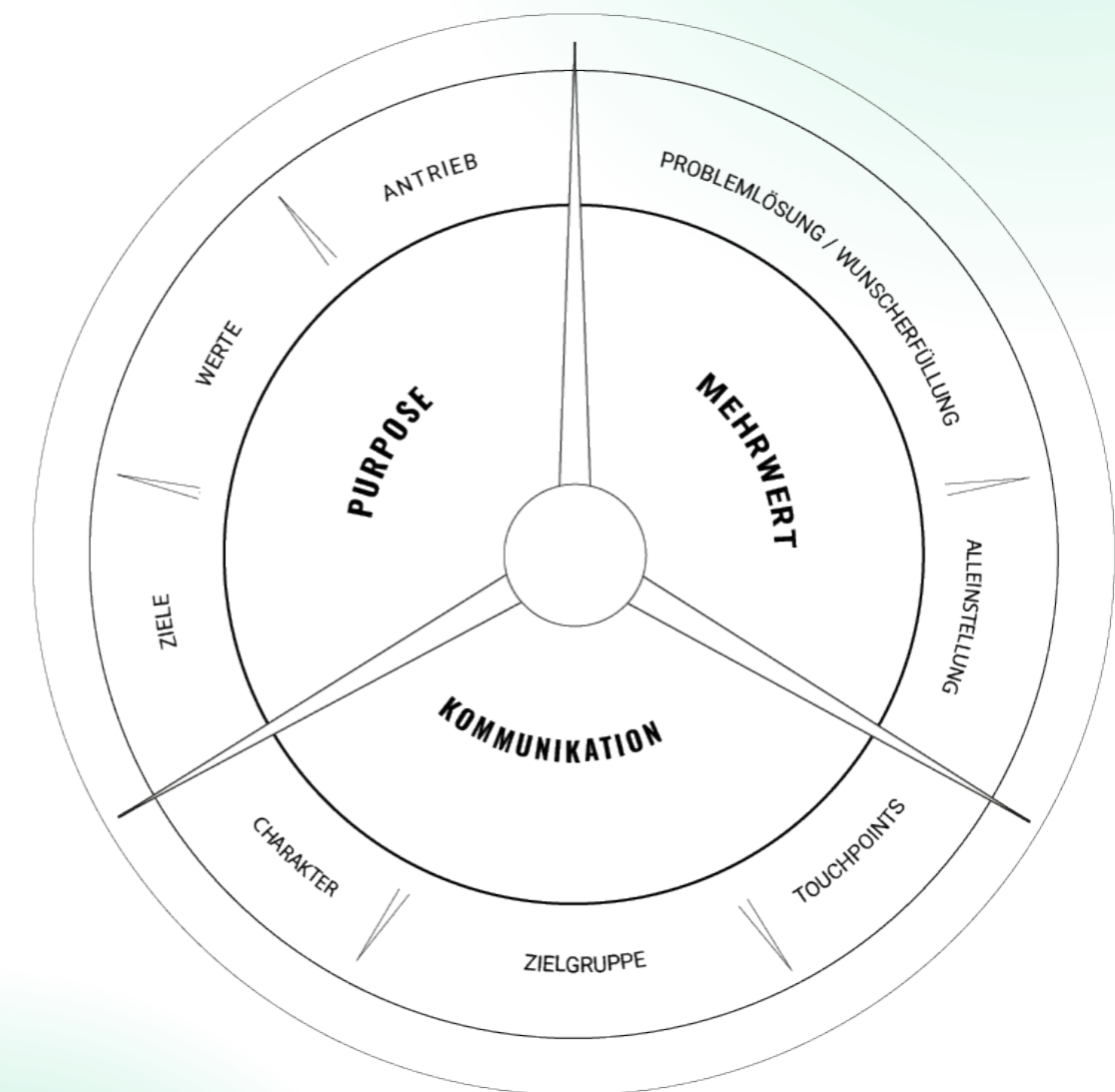
SCHRITT 2 | MEHRWERT

Ein Unternehmen bietet einen Mehrwert, indem es auf die Bedürfnisse, Probleme und Wünsche seiner Kunden eingeht und Produkte oder Dienstleistungen anbietet, die diese effektiv adressieren und einen echten Nutzen bieten.

SCHRITT 3 | KOMMUNIKATION

Bei der Betrachtung der Kommunikation eines Unternehmens müssen verschiedene Faktoren berücksichtigt werden. Dazu gehören die interne und externe Kommunikation, die Sprachtöne sowie das Erscheinungsbild. Zudem müssen Zielgruppen und verschiedene Medien und Kanäle berücksichtigt werden.

MIT UNSEREM POSITIONIERUNGS-KOMPASS NAVIGIEREN WIR IHR UNTERNEHMEN ZUM ERFOLG



WARUM SOLLTEN SIE MIT UNS ZUSAMMENARBEITEN?

Ihr Problem zu lösen ist unser Ziel! Wir wollen Ihren Erfolg sehen. Auf dem Weg dahin hinterfragen wir alt gegebenes und geben neue Impulse, damit sie vorankommen. Unsere Erfahrungen, die wir aus mehreren Jahren gesammelt haben, bringen unsere Kunden immer wieder zu Ihrem gewünschten Ziel.

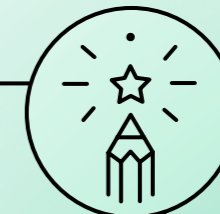
EINIGE UNSERE KUNDEN



WIE SIEHT UNSERE ZUSAMMENARBEIT AUS?

Nur 3 Schritte zu Ihrer Strategie!

HERANGEHENSWEISE



WORKSHOP 1

SCHRITT 1 | PURPOSE

WORKSHOP 2

SCHRITT 2 | MEHRWERT

WORKSHOP 3

SCHRITT 3 | KOMMUNIKATION

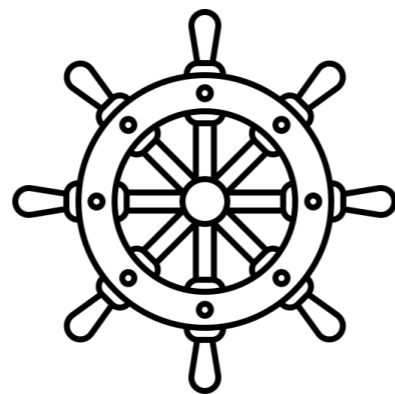
ERGEBNIS



STARKE
**MARKENPOSITIONIERUNG &
ERFOLGREICHE
MARKETING-STRATEGIE**

ZÖGERN SIE NICHT! MACHEN SIE SICH INTERESSANT FÜR IHRE ZIELGRUPPE, DAMIT

- ➔ Sie sich wieder auf die **WESENTLICHEN THEMEN** konzentrieren können.
- ➔ leere Arbeitsplätze von **QUALIFIZIERTEN MITARBEITERN** besetzt werden.
- ➔ Sie **SICHTBAR** werden und **PROFESSIONELL** wahrgenommen werden.



**KONTAKTIEREN SIE UNS,
UM EINEN TERMIN FÜR EIN**

**GRATIS-
STRATEGIE-
GESPRÄCH
AUSZUMACHEN.**

In diesem Gespräch analysieren wir Ihren Ist-Zustand und schauen uns an, ob unser 3-Schritte-System für Ihr Unternehmen Sinn macht.



WER IST LUO?

Luo ist eine Agentur für Markenberatung mit Sitz in Augsburg. Wir sind spezialisiert auf den Bereich **MARKENBERATUNG & POSITIONIERUNG**.

Unsere langjährige Erfahrung im Bereich der Markenentwicklung macht uns zu Expertinnen, die wissen auf was es ankommt, wie man Wunschbewerber anspricht, wo man sie findet und was auf keinen Fall vernachlässigt werden darf.

In der heutigen Zeit, in der Social Media unumgänglich geworden ist und alles was nicht online ist, quasi nicht existiert, ist eine starke Marke wichtiger denn je. Hierbei spielt immer die Gesamtwahrnehmung eines Unternehmens eine Rolle. Sie wird von den Mitarbeitern, potenziellen Bewerbern, Kunden und anderen Stakeholdern geprägt.

Eine starke Marke bezieht sich immer auf die Wurzeln Ihres Unternehmens und wirkt sowohl innerhalb als auch außerhalb Ihres Unternehmens.

Wir beraten Sie gerne und stehen Ihnen partnerschaftlich zur Seite.

STUDIO LUO

BUILDING STRONG RELATIONSHIPS

Luo GmbH
Jakoberstraße 5
86152 Augsburg

hallo@studioluo.de
0821 4085 1586