

Verkaufshelfer, die nichts extra kosten

Wer würde sich nicht viele Kunden wünschen, die sich aus konkretem Interesse an das Unternehmen wenden? Gerade die Marktkommunikation soll dies sicherstellen. Häufig bleiben allerdings Potenziale ungenutzt: Slogans, die nicht auf den Kundennutzen abzielen,



„Mit integrierter Kommunikation Wirkung steigern und Kosten senken.“

Thomas Angerer

www.ubit-stmk.at

Kommunikationsinhalte, die nicht aufeinander abgestimmt sind, Botschaften, die nur für einen Teil der Zielgruppe von Relevanz sind. Für diese typischen Herausforderungen, gibt es eine innovative Lösung: Mit dem Konzept der Integrierten Kommunikation gelingt es, Botschaften in Bildern in den Köpfen der Kunden zu übersetzen, denen sie sich nicht entziehen können. Abgestimmte Kommunikationsinhalte, speziell ausgerichtet auf unterschiedliche Zielgruppen, steigern die Kommunikationswirkung. Jede Botschaft unterstützt zudem alle anderen Botschaften, trägt damit zur Profilierung bei und senkt sogar die Kosten. Kurzum: Die Integration der Kommunikation führt zu Verkaufshelfern, die nichts extra kosten.

Dr. Thomas Angerer, GF
IRM – Institut f. Relationship Marketing
Forschungs- und BeratungsgmbH
welcome@relationship-marketing.at



Unternehmensberatung • IT
STEIERMARK

Steirische Wirtschaft, 29.09.2006

„Verkaufshelfer, die nichts extra kosten“