

Mehr Erfolg beim Kunden durch Authentizität

29.02.2008, 17:56 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Eisfrei Werbeagentur*

Presseagentur: *Eisfrei Werbeagentur*



Mit Authentizität werden Kunden berührt. Mehr Wertschätzung bringt mehr Zufriedenheit und Kundenbindung.

Stellen Sie sich bitte für den Moment vor, wie Sie sich auf Ihren Urlaub auf der Insel freuen. Die ‚Insel der Götter‘ wird sie in Ihrem Reiseführer genannt. Sie kommen in der wunderschönen Bungalow-Hotelanlage an und genießen die ersten Eindrücke des fremden Landes, die beeindruckende Natur und deren ungewöhnlichen Geräusche. Sie verspüren Lust auf Entdeckungstour zu gehen. Am nächsten Tag ist es soweit: Unter fachkundiger Führung soll es auf Entdeckungsreise quer über die Insel gehen, auf einen Trip abseits der Pfade um Land und Leute wirklich kennen zu lernen. Während Sie sich ganz Ihrer Vorfreude und Erwartungen an ein Erlebnis voller Authentizität hingeben, kommt die Führerin der Reisegruppe um die Ecke und stellt sich vor. Es ist Rosemarie, die aus Kiel kommt und seit 14 Tagen auf der Insel ist...

Wie geht es Ihnen jetzt mit Ihrem Bild über eine Rundreise, die Sie zur Authentizität der Insel führt? Selbst wenn Rosemarie sehr eifrig ist: Glauben Sie wirklich, dass sie in 14 Tagen die Geheimnisse der Insel gelüftet hat, um sie Ihnen jetzt zeigen zu können? Können Sie sich vorstellen, dass diese Reiseleiterin als Fremde in der ungewohnten Kultur der Insel Sie mit der Aura und Authentizität der Insel berühren kann? Um es an dieser Stelle ganz klar zu sagen – es geht gar nicht um Rosemarie. Sie ist frei erfunden. Und es geht auch nicht um die Heerscharen an ReiseführerInnen, die an den unterschiedlichsten Stellen dieser Welt einen total guten Job machen. Es geht um mehr. Es geht um Authentizität.

Unter der Annahme, dass nur wirkt, was echt ist, geht es um die Frage, wie echt Sie Ihren Kunden begegnen. Werden Sie deren Erwartungshaltungen gerecht und bescheren Ihnen authentische Käuferlebnisse? Wenn Sie gerade feststellen, dass Ihre bisherigen Unternehmungen in Sachen Marketing, Werbung, PR und Event einen immer höheren, und deshalb bald nicht mehr zu finanzierenden Aufwand bedeuten, dann seien Sie herzlich willkommen im privilegierten Kreise derer, die jetzt die Zeichen der Zeit zum Handeln für mehr Wirkung in Marketing, Werbung, PR und Event erkannt haben. Wenn Sie darüber hinaus Lust auf direkte Umsetzung Ihrer Erkenntnisse haben, weil Sie schon zuviel von höchst kreativen Modellen in der Theorie zur Kundenfindung- und -bindung gehört haben, dann sollten Sie einfach weiterlesen.

Die neue Zeit gehört der Authentizität. KäuferInnen aller Branchen wollen die, durch die Werbung aufgebaute, Erwartungshaltung am Point-Of-Sale, als Käuferlebnis befriedigt bekommen. Wie wenig Beachtung dieser Aspekt für

erfolgreiche Wirkung und damit für wirtschaftlichen Erfolg beigemessen wird, davon kann die Reisebranche ein Lied singen. Allerdings wird dieses Lied aus den Disharmonien bestehen, die einst den Unsinn des Umflaggens von ‚Condor‘ auf ‚Thomas Cook‘ und zurück beklagten. Umso unverständlicher die Duplizität der Ereignisse, als jetzt durch die Fusion von TUI mit Hapag-Lloyd die als Billig-Flug-Marke gesetzte HLX.COM vom Markt gefegt wurde. Ein bestens positionierter Ferienflieger will mit genau dieser Kernkompetenz nun auch die eines Billig-Fliegers abdecken! Kann das echt sein? Wie steht es da um Ihre Wahrnehmung? TUIfly oder HLX – wo würden Sie spontan den Billigflug Ihrer Wahl buchen? Wohl eher bei HLX. Und warum: Weil wir alle mit einem Millionenaufwand über viele Jahre hinweg konditioniert wurden und HLX sich sehr konsequent ehrlich und vertrauensvoll in unser aller Köpfe als Billigflieger festgesetzt hat. Wie übrigens TUIfly auch – aber eben als Ferienflieger. Wir haben Billigflüge wollen, bei HLX haben wir sie bekommen. Aber will ich mit einem Billigflieger auch in meinen hart erarbeiteten Jahresurlaub fliegen?

Wer seine Authentizität erarbeitet und bei seiner Kundschaft zu einem möglichst hohen Prozentsatz erreicht, der ist für die Zukunft bestens gerüstet. Einzige Voraussetzung dafür ist: Sich auf das Verständnis von Authentizität als Prozess im Unternehmensmarketing einzulassen und diesen Prozess aktiv mitzugestalten statt ihn zu delegieren oder sich gar zu verschließen. Die eisfrei Werbeagentur gestaltet und begleitet Ihren individuellen Authentizitäts-Prozess. Dazu gehört, sich von dem althergebrachten Bild zu verabschieden, dass Entscheidungsträger und Visionäre in den Unternehmen Briefings entwickeln damit dann alles Weitere von anderen internen oder externen MitarbeiterInnen und Agenturen irgendwo und irgendwie entwickelt, präsentiert, nochmals überarbeitet und dann zur Umsetzung freigegeben wird. Die Belohnungen des aktiven Mitgestaltens und des Invests an Zeit und Finanzen sind vielfältig: Erkenntnisse zum Wertekern des Unternehmens – als Basis für die Unverwechselbarkeit der Wirkung nach innen und außen. Und dass Unverwechselbarkeit so wichtig ist für den wirtschaftlichen Erfolg ist, das bestreitet wohl niemand ernstlich. Denn das Gegenteil wäre die Verwechslung oder auch Austauschbarkeit – ein Phänomen, das die französische Autoindustrie aus unerklärlichen Gründen seit Jahren pflegt. Aber auch Reiseländer, die viel zu bieten haben wie beispielsweise die Türkei vermitteln in ihrer Außenwirkung lediglich ‚ein tolles Gefühl...‘ und an anderer Stelle ‚...macht einfach Spa?‘. Aussagen, die auf viele andere Produkte und Anbieter passen. Statt mit der Authentizität des Landes zu werben – denn die ist einzigartig!

Warum dieser Authentizitäts-Prozess so wichtig ist, erkennen die sofort, die sich auf ihn einlassen an ihrem wirtschaftlichen Erfolg – langfristig und nachhaltig. Alles andere sind Maßnahmen an der Oberfläche des Geschehens in Marketing, Werbung, PR und Events. Sie erzielen – wenn überhaupt – nur Nuancen höherer Marktanteile und das meist auch nur vorübergehend. Letztlich sind wir EntscheiderInnen auch irgendwo KundeInnen und fühlen uns mit unserem Käuferlebnis dort bestens aufgehoben, wo wir eben mit unserer Erwartungshaltung kompetent, sympathisch und freundlich – eben echt – abgeholt werden.

www.eisfrei.net

Portrait

Eisfrei Werbeagentur ist die Agentur gegen frostiges Umsatzklima. In Marketing, Werbung, PR und Events werden Menschen, Unternehmen und Produkte zu deren Authentizität geführt. Mit der absoluten Klarheit dieser Grundlage werden dann Strategien und Konzepte entwickelt, um die Wirkung und damit den Geschäftserfolg für KundInnen zu erhöhen und nachhaltig zu gestalten. In der Umsetzung werden bestehende Partner kundenseits angeleitet oder Partner aus dem eigenen Netzwerk eingesetzt.

Eisfrei Werbeagentur bedient Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen in ganz Deutschland.

News-ID: 192785 • Views: 1842 (Stand: 21.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/192785/Mehr-Erfolg-beim-Kunden-durch-Authentizitaet.html>