

Sicher durch die Krise

Die aktuelle COVID-19-Krise zeigt, wie anfällig **Konsumgüter und Dienstleistung** bezüglich der Aufhebung einzelner absatzrelevanter Touchpoints sind. Doch mit welchen Vorkehrungen rüsten sich diese für solche Situationen? Drei Spezialisten aus unterschiedlichen Disziplinen geben entscheidende Antworten.



Taryn Scarlett
Stähelin-Pavlik,
Beraterin für BCM und
Risikomanagement

Vorkehrungen im Management

Mit Business Continuity Management auf Krisen vorbereitet

Das Ziel von Business Continuity ist Unternehmen auf eine Krise bestmöglich vorzubereiten, um die Geschäftstätigkeit sicherzustellen. Es geht dabei nicht darum das Unternehmen auf den Kopf zu stellen, sondern es für eine Krise so gut wie möglich vorzubereiten. Krisen decken immer auch Schwachstellen auf. Diese Erkenntnisse sind wertvoll und sollten dokumentiert und in bestehende und zukünftige Notfallpläne

einfließen. Auch die Kommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil zur Bewältigung einer Krise.

Kleinere Betriebe brauchen keine BCM Policy, BCM Strategie oder Krisenkommunikationspläne. Hier reicht oft ein Notfallplan mit einfachen Vorsorgemassnahmen. Für mittelgrosse Unternehmen bietet sich die Business Impact Analyse als pragmatische Herangehensweise an. Deren Ergebnisse werden einer Risikoabschätzung unterzogen. So können unter anderem die erforderlichen Massnahmen zur Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes priorisiert werden.



Marina Botic, Digital
und CD-Designerin

Vorkehrungen in der Digitalisierung

Durchstarten mit wirksamen und integrierten digitalen Lösungen

Digitale Lösungen wie Websites, Adwords, Erklärvideos, Social Media usw. werden oft ohne Gesamtkonzept und nicht im Corporate Design erarbeitet. Dabei ermöglicht erst ein ganzheitlich gestaltetes Konzept eine wirksame Lösung. Eine SEO-Kampagne endet nicht mit der Website sondern vermittelt den Nutzern ein über alle Touchpoints

gesamtheitliches Bild. Beispielsweise führt ein Banner über einen Social-Media Beitrag zu einer Landingpage oder einem Blog auf die Website. Dort können sich die Besucher Broschüren und Flyer als PDF herunterladen oder bestellen ein Kundenmagazin, das mit Artikeln zu den Umweltbemühungen und der Produktqualität die Leser zum Kauf motivieren. Der Aufwand für ganzheitliche Designlösungen reduziert sich in einer langfristigen Betrachtung und steigert die Wirksamkeit der einzelnen Massnahmen.



Mike Stähelin, Inhaber
cocomu, Berater für
Brand Management
und Corporate
Communication

Vorkehrungen in der Markenstrategie

Wettbewerbsvorteile mit einer starken Markenidentität

Was unterscheidet «Floristen, Architekten oder Bootsbauer» von ihren Mitbewerbern? Die Vielfalt? Die Qualität? Der Service? Leistungen und Produkte sind vermehrt austauschbar. Kunden wünschen aber eine Bestätigung des Versprechens – eine Wertschätzung der Investition und eine Sicherheit bezüglich Nachhaltigkeit. Marken mit einer klaren und auf die Vorteile fokussierten Markenidentität ermöglichen in der Zielgruppe die Bildung eines posi-

tiven Vorurteils mit dem sie sich von den Mitbewerbern abheben. Identitätsbildende Massnahmen (Logo, Briefschaften, Website, Firmenpräsentation, Broschüren, Publikationen, Messestand, Blog, Social Media usw.) helfen der Marke und folglich dem Unternehmen, das Werteverhalten und die Leistungsvorteile gezielt überzeugend zu vermitteln. Dabei steigt der Markenwert, der einen Preisaufschlag ermöglicht. Die Entwicklung und konsequente Umsetzung eines Corporate Designs und eines CD-Manuals sind dabei besonders für kleine und mittelgrosse Unternehmen eine effektive und kostengünstige Vorgehensweise.

Die Agentur für Ihren Mehrwert

Wir sind eine Kreativagentur mit dem Fokus auf ganzheitliche Lösungen. Seit 2006 unterstützen wir Unternehmen – in der Strategie, der Konzeption und der visuellen Umsetzung – um sich erfolgreich zu positionieren.

Unsere DNA

Mehrwert dank nachhaltigem Engagement

Der kundenorientierte Ansatz ist in unserer DNA verankert und mit Core Consulting (Co) in unserer Namensgebung integriert. Wir passen unser Vorgehen den individuellen Kundenbedürfnissen an und entwickeln ganzheitliche Lösungen, die erlebbar sind.

Fachkundige Erfahrung für effektive Vorteile

Unsere langjährige Agenturerfahrung in wertsteigernden Markenführungen, 360-Grad-Kampagnen und Nutzerorientierten Designlösungen ermöglichen uns: Strategie, Kreativität, Zeit und Preis auf einen für den Kunden passenden Nenner zu bringen.

Support für Ihr Management

Auf wissenschaftlichen Grundlagen und selbst entwickelten Tools unterstützen wir Startups, KMU's und internationale Konzerne, mit einer über alle Lösungen einheitlichen Markenwelt, engagierten Partnern und effizienten Prozessen.

Unsere Kompetenzen

Brand-Strategie

Wir entwickeln lösungsorientierte und nachhaltige Strategien, die Marken und Institutionen erfolgreich auf dem Markt positionieren und zukunftsfähig machen. Unsere langjährige Erfahrung und das von uns entwickelte Brand Identity Tool (BIT) ermöglichen wirkungsvolle Resultate.

Corporate Communication

Wir unterstützen unsere Kunden in einer orchestrierten Ansprache, der Aktivierung von Dialoggruppen und der Implementierung von Change-Prozessen. Dabei verfolgen wir das Ziel einer nachhaltigen Begeisterung aller relevanten Anspruchsgruppen für die definierten Ziele.

Usability Design

Wir schaffen mit kreativen Ideen selbstähnliche Markenerlebnisse, die von den Nutzern verstanden werden und Strategien erlebbar werden lassen. Von der digitalen Verkaufspräsentation bis zum Kennzeichnungskonzept im öffentlichen Raum.

Brand Experience

Wir schaffen Markenerlebnisse, die beeindruckend und in der ganzen Customer Journey einen stimmigen und unvergesslichen Eindruck hinterlassen. Von benutzerorientierten Graphical User Interfaces (GUI) bis zu Event- und Messekonzepten – immer mit dem Ziel, ein effektives und nachhaltiges Resultat zu erzielen.

Unsere Standorte & Kontakt

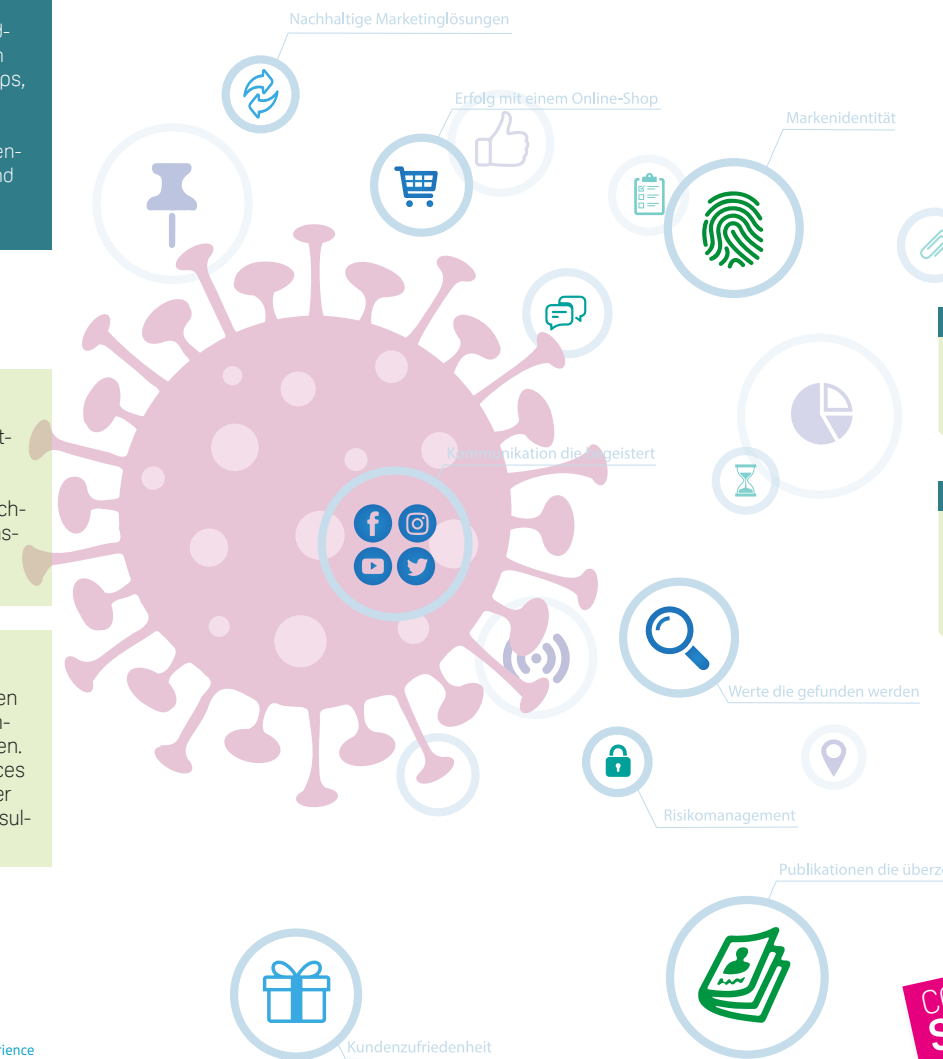
Zug
cocomu gmbh
Baarerstrasse 135
6300 Zug
041 410 41 21

Solothurn
cocomu gmbh
Lagerhausstrasse 1
4500 Solothurn
032 621 61 01

Digital
www.cocomu.ch
contact@cocomu.ch

cocomu brand experience
live communication
usability design

Marketingstrategien für Natur&Pflanzen Spezialisten



Sicher durch die Krise
Interviews mit:
Taryn S. Stähelin-Pavlik
Marina Botic
Mike R. Stähelin

Strategien
Markenerlebnis
Mit Stärken werben
Verkaufsoptimierung
Wirksamer Dialog
Nachhaltig Investieren

**CORONA-SPECIAL
Startpakete
ab CHF 1590.-**

shortknowledge special
Marketingstrategien für Natur&Pflanzen
Frühling 2020

Strategien für Natur&Pflanzen Profis

Die vom Bundesrat verordneten Restriktionen werden viele Unternehmen noch lange spürbar begleiten. Jene, die sich aktiv auf die neue Situation einstellen, werden als Sieger aus der Krise hervorgehen. Doch was heisst das konkret für die **Natur-, Garten und Pflanzenbranche** und ihren Marketingmix?

Fünf wirksame Strategien mit Mehrwert:

Die fünf ausgesuchten Strategien ermöglichen kleinen bis grossen Unternehmen eine praxisorientierte Zielerreichung von:

- > Markenerlebnis für Anspruchsgruppen/Kunden
- > Differenzierung von den Mitbewerbern
- > Einbindung und Motivation der Mitarbeitenden
- > Optimierung der Verkaufsprozesse
- > Absatz- und Umsatzsteigerung
- > Kompetenz- und Leistungsvermittlung
- > Aufbau von neuen Kundengruppen und Fans
- > Produktions- und Werbekosten reduzieren
- > Interne Ressourcen und Kosten sparen
- > Nachhaltig produzieren

1. 360-Grad-Markenerlebnis

Für Kunden beginnt und endet das Markenerlebnis nicht mit der Leistung, sondern ist die Summe aller mit der Marke gemachten Erfahrungen. Für Unternehmen be-

deutet dies, sich mit der Bearbeitung aller Touchpoints mit einer eigenständigen Markenidentität von den Mitbewerbern abzuheben.

Natur&Pflanzen Spezialisten sollten den Fokus auf die folgenden Massnahmen legen:

- Bildmarke (Logo) und Corporate-Design-Elemente
- Corporate Design Manual mit Richtlinien und Vorlagen zur selbstständigen Massnahmen-gestaltung
- Website, Sho, Blog und Social Media mit für die Zielgruppen ansprechenden und relevanten Inhalten
- Firmenbroschüre mit Inhalten zum Unternehmen, den Werten, den Personen, den Leistungen, Partnern und Anwendungen
- Verkaufsbroschüre mit Inhalten zum Produktsortiment, den Vorteilen und Serviceleistungen und Anwendungsmöglichkeiten
- Kundenmagazin mit Inhalten wie Aktuelles, Innovationen, Kompetenzen, Case-Studie, Einblicke und Trends



2. Werben Sie mit Ihren Stärken

Unternehmen mit einer eigenständigen und klar definierten Identität können Ihre Wettbewerbsvorteile glaubwürdig an ihre Anspruchsgruppen vermitteln und differenzieren sich somit nachhaltig von den Mitbewerbern. Eine kompakte Markenanalyse zeigt auf, ob sich der visuelle Auftritt, die Kommunikation und das eigene Verhalten mit der Identitätsvorstellung des Unternehmens decken. In einem zweiten Schritt erlauben Vorschläge zur Markenidentität, der Markenstrategie und der Kommunikation eine Konzentration auf die Markenessenz, was in einem dritten Schritt ein grobes Marketingkonzept erlaubt. Der vierte Schritt zeigt mit einem pragmatischen Look-and-Feel, wohin die Reise

im Corporate Design mit Logo, Print, Digital und Outdoor gehen kann. Der Prozess ist jedoch zeitaufwendig und wird vornehmlich von einer Markenagentur mit den dafür notwendigen Kompetenzen entwickelt. Die Agentur cocomu hat hierzu die beiden Startpakete CI und CD entwickelt, die alle für eine effektive Lösungsentwicklung relevanten Prozessschritte beinhalten. Unternehmen erhalten mit dem Strategiepapier ein wertvolles Werkzeug zur Schärfung der Marke, Hervorhebung der Wettbewerbsvorteile und einem die Marke unterstützenden Design. Das flexible Kostenmodell erlaubt dem Unternehmen zudem eine auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmte Zusammenstellung der Leistungen.

3. Massnahmen zur Verkaufsoptimierung

In einer Beratung zeigt eine Ist-Analyse die Stärken und Schwächen der Kommunikation über alle Touchpoints auf. Auf dieser Grundlage lässt sich ein modularer Konzeptvorschlag erarbeiten, der dem Unternehmen ermöglicht, anhand der Ressourcen, dem Budget und den Zielvorgaben mit ausgewählten Massnahmenpaketen Schwächen zu korrigieren und von Stärken zu profitieren.

Die Anpassungen bewirken oft eine rasche Steigerung der Konvertierung qualifizierter Kontakte auf der anvisierten Verkaufsstufe (im Sales Funnel). Erfahrungsgemäss steigert eine konsequente Umsetzung aller mit einem Vertriebskanal verbundenen Massnahmen deren Wirkungskraft – die folglich eine Verkaufsoptimierung und somit einen raschen Return on Invest zulässt.



4. Sorgen Sie für Gesprächsstoff

Für ein optimales Google Ranking sind unter anderem aktuelle Webinhalte, externe Links und eine hohe Frequenz von grosser Bedeutung. Folglich sollten Unternehmen ihre Website permanent mit neuen Inhalten füllen. Ohne die dafür vorhandenen Fachkräfte stossen Unternehmen früher oder später auf Engpässe. Wir empfehlen «Technikspezialisten» auf einer selbstständig editierenden Website (CMS) im Responsive Design alle zwei Wochen einen kleinen, neuen Inhalt zu erstellen.

Ein Blog ermöglicht dem Unternehmen zudem, die Inhalte nach Datum, Themen und Stichworten zu sortieren. Die Vorteile liegen in der kompakten und zielgerichteten Bewerbung mittels Teasern auf der Website und auf Social-Media-Kanälen.

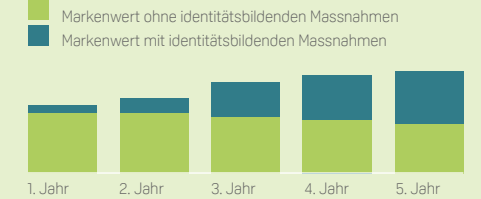
Wir empfehlen hierzu ein Digital Content Concept, das optimal mit einem Printmagazin, beispielsweise einem Kundenmagazin, ergänzt werden kann.



5. Investieren Sie in Ihr Geschäftsmodell

Unternehmensführung ist ein Marathon und kein Sprint. Unternehmen sollten folglich auch in langfristig werterhaltende und die Rendite steigernde Massnahmen investieren. Mit dem Aufbau und der selbstständigen Entwicklung der eigenen Marke steigert das Unternehmen langfristig den Markenwert und somit den emotionalen Aufpreis, den Kunden bereit sind, für das Produkt oder die Leistung zu bezahlen. Dies ermöglicht auch, initiale Aufbaukosten über einen längeren Zeitraum von fünf Jahren abzuschreiben.

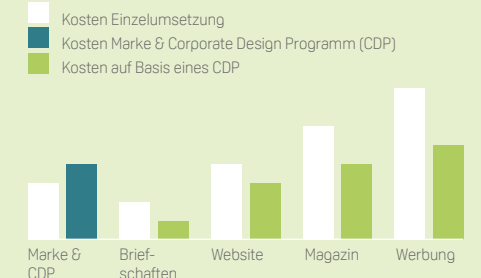
Markenwertsteigerung mit identitätsbildenden Massnahmen



Corporate Design Programm (CDP)

Die gleichzeitige Anpassung von der Marke (Logo) mit den damit verbundenen (bestehenden) und zusätzlichen (neuen) Massnahmen bieten gegenüber der kumulierten Umsetzung von Einzelprojekten ein enormes Sparpotenzial.

Effizienzsteigerung mit einem CD Programm



CORONA-SPECIAL Startpaket CD für nur CHF 1590.-*



Startpaket CD
Das Startpakete CD Plus beinhaltet praxisorientiert und kompakt alle für eine professionelle Markenentwicklung relevanten Prozessschritte.

Prozessschritte: Analyse, Markenidentität, Markenkern, Belohnungsprofil, Visuelle Markenwelt, Botschaft, Massnahmen- und Budgetvorschlag, visuelle Stossrichtungen von: Logo, Briefschaften, Broschüre, Magazin, Website, Messematerial, Beschriftung und Give-aways.

Weitere Infos unter Tel: **032 621 61 01** oder contact@cocomu.ch

* Nur gültig für Neukunden und bis am 31. August 2020.

Preise exkl. MWST. Preisangebot für Unternehmen von 1 bis 9 Mitarbeitende (Preis für 10-99 Mitarbeitende = 1790.-, Preis ab 100 Mitarbeitende 1'990.-). Das uneingeschränkte Nutzungsrecht geht mit der Umsetzung der Basisanwendung (im Strategiepapier enthalten) oder der Begleichung der effektiven Aufwände an den Kunden.