

brandtrust

Pressespiegel

6.April 2009

1 Schlagzeile



CLIP Mediaservice GmbH

Taubstummengasse 4 A-1040 Wien
Tel +43(1) 503 25 35 Fax +43(1) 503 25 35-20
www.clip.at kundencenter@clip.at

Inhaltsverzeichnis

So entsteht Relevanz

Quelle: Wirtschaftsblatt 06.04.2009 Seite 23
Klaus-Dieter Koch

Seite 3

Thema: Klaus-Dieter Koch

Autor: k.A.

MARKEN



PRAXIS

So entsteht Relevanz

Machen Sie einen Test: Legen Sie die Hand auf Ihre Armbanduhr und versuchen Sie zu beschreiben, wie die „Sechs“ auf Ihrer Uhr aussieht. Ist es eine Ziffer? Arabisch oder römisch? Und welche Farbe hat sie? Wie oft am Tag schauen Sie auf Ihre Uhr? Wie viele Kontakte ergibt das? Tausende, Zehntausende?

Nun schauen Sie auf Ihre Uhr: Wussten Sie, wie die „Sechs“ aussieht? Keine Bange, 90 Prozent meiner Testkandidaten konnten es nicht. Erkenntnis: Penetration erzeugt noch lange keine Wahrnehmung! Jetzt legen Sie noch mal die Hand auf Ihre Uhr. Können Sie sagen, welche Zeit die Uhr anzeigt? Sie haben doch gerade drauf gesehen! Sie können es nicht. Erkenntnis: Wahrgenommen wird nur, was relevant ist.

Wie entsteht Relevanz? Nur dann, wenn Sie etwas besser können als alle anderen und diese Spitzenleistung durch einen distinktiven Stil ausdrücken. Wenn Sie wollen, dass die Effizienz Ihres Marketingbudgets steigt, indem Ihre Marke über all ihre Äußerungen in der Werbung, der Kommunikation, am Regal, im Internet usw. stärker wahrgenommen wird, dann vergessen Sie pseudo-emotionale Lifestyle-Ansprachen, sondern besinnen Sie sich auf den Leistungskern Ihrer Marke und dramatisieren diesen so konsequent, dass Ihre Leistungsexzellenz deutlich wird.



Klaus-Dieter Koch
Der Autor ist Markenstrategieberater und Gründer von Brand:Trust