

NEWSLETTER

Unternehmens-Management
WALTER HUBER
www.w-huber-um.com

Nr. 04 | 1. Oktober 2016

Produktwahrheit.

Liebe Kunden und Leser.

Willkommen im Theater des Marketings und in der Welt der Marken. Illusionen, Ideale und viele Markenstorys bauen bei den Kunden eine tolle Welt auf.

Jedoch irgendwann im Leben kommt die Wahrheit ans Tageslicht. Man sitzt im Restaurant und wartet auf den Kellner, man steht im Geschäft und wartet auf den Berater, oder man packt sein Produkt, das man soeben bekommen oder gekauft hat, zu Hause aus.

Und hier trifft die Realität den Traum. Hier offenbart sich, ob wir halten, was wir in der Kommunikation versprechen. Das betrifft auch die Zeit nach dem Kauf. Wie werden wir bei Reklamationen usw. behandelt. Sind wir dann plötzlich Kunden dritter Klasse, oder nicht.

Einige Gedanken dazu haben wir heute in diesem Newsletter zusammengefasst.

Mehr erzählen wir Ihnen gerne bei einem Gespräch. Die langjährige Erfahrung aus Verkauf und Markenbildung für mehr als hundert Firmen und Marken bieten wir Ihnen als Unternehmens-Management Walter Huber an.

Ich persönlich stehe Ihnen auch für eine Moderation, für Seminare oder interne Meetings gerne zur Verfügung. Rufen Sie mich einfach an.

Mit sonnigen Herbstgrüßen

Walter Huber

T 06642410942

E w-huber@walterhuber.at

P.S.: Der nächste Newsletter erscheint am 2. Jänner 2017.

NEWSLETTER

Unternehmens-Management
WALTER HUBER
www.w-huber-um.com

Traum und Wirklichkeit.

Die Welt der Kunden wird immer schneller und anspruchsvoller. Es kann nur eine Antwort geben: Schnell, flexibel und effektiv handeln. Das kann man am besten dort lernen, wo es das Überleben sichert. Zum Beispiel bei und von der Spezialeinheit Cobra. Hier wird bei einem Einsatz wirklich die „Produktwahrheit“ verlangt!

Alle Spezialeinheiten auf dieser Welt (GSG 9, SAS, MARSOC etc.) arbeiten nach ähnlichen Prinzipien. Eine klare Führung sorgt dafür, Vorgänge in die richtige Richtung zu steuern. Dazu müssen auch zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Entscheidungen getroffen werden. Das ist die Basis eines bestmöglichen Erfolges. Dazu müssen alle Mitarbeiter wissen, was das Ziel ist und welche Bedeutung ihm bei dieser Gesamt-Aktion zukommt.

Der Schnelle frisst den Langsamen.

Diese Management-Weisheit ist seit zwei Jahrzehnten bekannt, und zeigt aber erst jetzt seine wirkliche reale und brutale Auswirkung in der Wirtschaft und in der Gesellschaft. Erfolgsrezept aller Spezialeinheiten auf der Welt ist immer einen Tick schneller zu sein, und auch wie beim Schach, einige Schritte weiter vorgedacht zu haben. Jede Firma befindet sich heute in einem Hochgeschwindigkeitsprozess und sollte dafür effiziente Firmenstrukturen und -Prinzipien haben. Für ein „Turbo-Marketing“ brauchen wir auch schnelle Entscheidungen. Hier sind wiederum sehr gute Mitarbeiter der Schlüssel zum Erfolg.

Die Qualität der Mitarbeiter entscheidet.

Wenn der Konsument immer häufiger und schneller Marken wechselt und es immer schwieriger wird treue Kunden zu halten brauchen wir wirklich gute und flexible

NEWSLETTER

Unternehmens-Management
WALTER HUBER
www.w-huber-um.com

Mitarbeiter. Wir erarbeiten strategische und längerfristige Konzepte, die aber dann in einer Vielzahl an kleinen und täglichen taktischen und realen Zielen landen. Und dort entscheidet meist die Qualität der Mitarbeiter über den Erfolg oder Misserfolg bei der Umsetzung einer Unternehmens- und Marketing-Strategie. Firmen müssen heute einfach, schnell und beweglich agieren. Eitelkeiten haben keinen Platz mehr und Führungskräfte sollten wirklich führen und Entscheidungen treffen. Erfolg und eine sehr gute Leistung sollte das Ziel sein. Aber, wir haben mit Menschen zu tun. Vergessen wir das nie.

Konzentration und weniger ist mehr.

Wie sagte schon Peter Drucker: „Konzentration ist der Schlüssel zu wirtschaftlichen Resultaten. Gegen kein anderes Prinzip der Effektivität wird heute so regelmäßig verstoßen wie gegen das Grundprinzip der Konzentration. Unser Motto scheint zu sein: Lasst uns von allem ein bisschen zu tun“. Dem ist nichts hinzuzufügen. Wenn es um Produkt- und Dienstleistungswahrheit geht ist das Wesentliche wichtig. Dazu gehört auch immer die Reduktion. Weniger ist mehr. Weglassen war und ist immer schwieriger als dazugeben. Daher gehe ich zu Hofer einkaufen und lese die Kronenzeitung. Denn die Krone ist einfach zu lesen und der Hofer einfach zum Einkaufen. Was nicht heißt, dass der Standard nicht auch interessant ist, oder eine Tour durch den Meinl am Graben. Aber beides ist komplizierter, und teurer. Man lernt in Harvard oder sonst wo viel, aber nicht Einfachheit und Bescheidenheit. Schon ein Hr. Demner predigte immer „Stärken verstärken und Schwächen versuchen zu vermeiden“. Bei Hofer und bei der Krone heißt das – Überflüssiges vermeiden. Klarheit und Kontinuität sind weitere Merkmale dieser einfachen Konzepte. Und glauben sie jetzt wieder nicht, dass diese Einfachheit wieder einfach zu machen ist. Nein, das ist wieder relativ kompliziert und doch einfach. Kontinuität in der Gestaltung, in der Grafik, in der Sprache und im gesamten Auftritt.

Kommen wir zurück zur Produktwahrheit. Wenn die Qualität, der Preis und die Gesamtkomposition stimmt, kauft und konsumiert auch der Kunde. Der Wettbewerb wird noch schärfer, noch schneller und noch unruhiger. Von Facebook bis Twitter, vom

NEWSLETTER

Unternehmens-Management
WALTER HUBER
www.w-huber-um.com

Smartphone bis zum Tablet, wir konsumieren immer mehr Informationen, und vertrauen immer weniger. Daher siegt ganz am Ende doch wieder das Produkt und die Leistung. Punkt.

Ein Schluss-Wort.

"Sie können noch so viel Lärm um eine Marke machen: Der einzige Point auf Truth ist die Umkleidekabine. Ein Produkt, das nicht stimmt - und das gilt nicht nur für die Mode-, können Sie auf Dauer auch nicht mit digitalem Illusionstheater oder hammermäßigen Kampagnen retten."

Armin Fichtel

Aktuelle Info.

Immer wieder News gibt es auch auf unserer Spezial-Plattform:

www.marketing-austria.at

Hinweis.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

Copyright. Die Urheberrechte an allen Inhalten in diesem Newsletter liegt bei Unternehmens-Management Walter Huber. Die Weitergabe an interessierte Personen ist möglich. Jede weitere Verwendung oder Verwertung ist ohne Zustimmung von Unternehmens-Management Walter Huber nicht zulässig.