



Positionierung: Die effektivste Business-Strategie.

Artikel von Rolf P. Gruber

Wenn Sie nicht innerhalb eines Satzes sagen können, für was Ihr Unternehmen steht und die klare Differenzierung zum Wettbewerb zum Ausdruck bringen können, dann ist Ihr Unternehmen nicht, oder nur mangelhaft positioniert. Und wenn Sie nicht mit wenigen Worten sagen können, was Ihre Kunden über Ihr Unternehmen denken und wie sie Ihr Unternehmen zum Wettbewerb klassifizieren, dann ist Ihr Unternehmen ebenfalls nicht, oder nur mangelhaft positioniert. Doch was bedeutet es, richtig positioniert zu sein? Ein Blick hinter die Kulissen lohnt sich.

Positionierung ist eine Business-Strategie, welche effektivste Resultate erzeugt. Dennoch gelingt es nur sehr wenigen Unternehmen, sich einen klaren Vorsprung durch eine einmalige Positionierung zu ergattern.

Doch was ist eine Positionierung? Positionierung ist die Fähigkeit, sich durch einmalige Attribute aus der Austauschbarkeit zu lösen und sein Unternehmen in ein konkurrenzloses System umzuwandeln. Wenn Sie somit aus der Austauschbarkeit und aus dem Konkurrenzdruck herausgehen wollen, dann sollten Sie Ihr Unternehmen als «Einmaligkeit» ins Gedächtnis der Kunden bringen.

Und wie kann dies gelingen? Hier einige Inputs: Zuerst sollten Sie die Schwächen der Konkurrenz erkennen und sie zu Ihrem Positionierungsvorteil nutzen.

Ebenfalls sollten Sie die in Ihrem Unternehmen schlummernden Alleinstellungspotenziale orten, Ihre Unternehmensprozesse auf Schwachstellen analysieren und

korrigieren, sowie Ihre Produkte oder Dienstleistungen in ihrer Ausstrahlung neu, aussagestark und vor allem nutzenorientiert lancieren.

Doch vor allem sollten Sie Ihrer Unternehmenskommunikation Aufmerksamkeit schenken – denn hier erzielen Sie eine immense Hebelwirkung. Grund: Nur wenigen Unternehmen gelingt es, hier die effizienteste Form zu finden. Und was ist die beste Form, um im Endeffekt richtig positioniert zu sein?

Positionierung ist die Kunst, Kunden das denken zu lassen, was sie über Sie denken sollen. Mit anderen Worten: Wenn Ihre Kunden das denken, was Sie wollen, was sie denken sollen, dann sind Sie gut positioniert. Kurzum: Sie entscheiden, wie andere Sie wahrnehmen, klassifizieren und positionieren.

Doch wie bringt man Menschen dazu, dass sie genau das denken, was man will, was sie denken sollen? Rufen Sie mich an. Ich erzähle es Ihnen gerne.

Herzlichst, Ihr Rolf P. Gruber

Richards & Gold GmbH

Brand Coaching

Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich

Tel.: + 41 44 421 41 41

Mail: info@richards-gold.ch

Web: www.richards-gold.ch