

Der Weg zum Verkaufserfolg mit Hilfe von Checklisten (4)

# So verbessern Sie Ihr Firmenimage!



Reiner Flassig

## So ermitteln Sie Ihr Image!

Eines ist sicher: Wenn Sie Ihr Unternehmen in der Wirkung nach außen positiv profilieren, wird sich der Erfolg einstellen. Am Firmen-Image muß aber stetig gearbeitet werden, und auch eine einmal eroberte Position gilt es zu verteidigen. Siehe dazu **Checkliste Nr. 10**.

## Überprüfen Sie die Aussagen Ihres Firmenstils

Ein einheitlicher Firmenstil ist ein nicht zu unterschätzender Marketingfaktor. Es geht dabei um die Gesamtwirkung Ihres Unternehmens nach außen, also nicht nur um die eigentlichen Werbemittel. Diese Wirkung muß einheitlich und konsequent sein: **Checkliste Nr. 11**.

**Welches Image hat Ihre Firma in Ihrem Umfeld, bei Ihren Kunden, in der Öffentlichkeit? Welches Käuferlebnis haben Ihre Kunden? Wie begegnen Sie den Kunden? Die folgenden, wie immer von Reiner Flassig aufbereiteten Checklisten helfen Ihnen, Ihr Firmenprofil zu beurteilen und zu verbessern.**

**W**arum soll ein Kunde nur bei Ihnen und bei keinem anderen kaufen? Wenn Sie sich diese Frage stellen, erkennen Sie bald, daß Ihnen die Antwort schwer fällt. Auf Märkten mit leicht vergleichbarem Produktangebot entscheidet leider oft der Preis allein. Das gilt ganz besonders

auch für Grabmale. Um erfolgreich zu sein, müssen Sie sich daher von den Mitbewerbern unterscheiden. Und das ist durchaus nicht so schwer. Es geht dabei um die Alleinstellung Ihres Produktes auf dem Markt. Man nennt dies in der Marketing-Sprache »Unique Selling Proposition« oder kurz USP.

### Checkliste 10: Ihr Firmenimage

	JA	teils/ teils	NEIN
1. Ist Ihnen bekannt, welche Bedeutung Ihre Kunden Ihrem Unternehmen zuordnen			
2. Ihr Betrieb wird für zeitgemäß gehalten			
3. Ihre Termine werden stets eingehalten			
4. Ihnen ist saubere Arbeit selbstverständlich			
5. Ihre Lieferzeiten sind kurz			
6. Ihre Mitarbeiter sind höflich und freundlich			
7. Ihr Betrieb bietet Leistungen an, wie sonst keiner in Ihrer Nähe			
8. Am Telefon bekommt man von Ihrer Firma immer höflich Auskunft			
9. Reklamationen werden von Ihnen schnell und gründlich erledigt			
10. Wenn Ihre Mitarbeiter im Haus arbeiten, erfolgt dies belästigungsfrei			
11. Die Familie des Meister ist Ihrem Ort geschätzt			
12. Ihre Kunden empfehlen Ihr Unternehmen weiter			
13. Sie sind als Unternehmer in der Öffentlichkeit bekannt			
<b>Ergebnis: (in Zahlen)</b>			
<b>Auswertung:</b> In dieser Checkliste sollten alle Fragen mit „JA“ beantwortet sein. Andernfalls müssen Sie vorrangig daran arbeiten, daß an den Stellen bei denen unmittelbare Kundenkontakte entstehen, Änderungen unverzüglich eingeleitet werden.			

### Checkliste 11: Ihr Firmenstil

	JA	teils/ teils	NEIN
1. Haben Sie einen einheitlichen Firmenstil ?			
2. Haben Sie einen einprägsamen Firmenschriftzug oder Firmenzeichen ?			
3. Haben Sie ein Firmenzeichen - mit und ohne Schriftzug -, das auffällig ?			
4. Haben Sie ein Firmenzeichen, das die Bereiche Ihrer Arbeit prägnant ausdrückt (Bau, Grabmal, Restaurierung z.B.)			
5. Sie haben keinen Briefkopf mit einem symbolisierten Grabmal, wenn Sie in Ihrer Produktpalette auch Restaurierungen oder Bau aufführen und umgekehrt !			
6. Ihre Werbeschriftarten und Typografie Ihrer Werbemittel wirken seriös und sind nicht veraltet			
7. Ihr Büro, Ihre Werkstatt und Ihr Lager wirken solide und aufgeräumt			
8. Die Farben Ihrer Firmengebäude wirken angenehm			
9. Alle Ihre Werbemittel sind einheitlich gestaltet			
10. Ihre Briefbogen und Briefhüllen sind einheitlich			
11. Ihre Visitenkarte ist stets vorhanden und macht einen guten Eindruck			
12. Ihre Firmenfahrzeugbemalung nennt alle wichtigen Daten (z.B. Ort, Straße, Tel.-Nr., Fax)			
13. Alle Ihre Unterlagen, die Ihr Haus verlassen, sind werbewirksam gestaltet			
14. Ihre Messestände heben sich von anderen ab			
15. Sie überprüfen Ihren Firmenstil laufend und sammeln Unterlagen zur Verbesserung			
<b>Ergebnis: (in Zahlen)</b>			
<b>Auswertung:</b> In dieser Checkliste sollten alle Fragen mit „JA“ beantwortet sein. Andernfalls müssen Sie daran arbeiten. Für die Fragen, die Sie mit teils/teils beantwortet haben, gilt das ebenso.			

**SASSE**  
BILDHAUEREI

Wir setzen ein Zeichen:  
Ein neues Logo macht  
unsere Tradition und  
Qualitätsarbeit nun auch  
nach außen sichtbar.





**Firmenlogos der Obernkirchener Sandsteinbrüche und der Natursteinwerkstätte Freymadl in Gernsheim (unten)**



## Überprüfen Sie Ihr Logo!

Eines der ersten modernen Firmenlogos in Deutschland war jenes der Deutschen Bank. Es ist einfach und besagt: Stets führt der Weg bei uns nach oben. Sicherlich werden Sie kein derartiges unverwechselbares Zeichen haben bzw. entwickeln können; dennoch sollten sie es zumindest anstreben.

Unternehmen mit einem Firmenlogo, das sich stark an das allgemeine Steinmetzzeichen anlehnt, sollten bedenken, daß dieses zwar bei den Steinmetzen, keineswegs aber bei den Kunden bekannt ist.

Viele Firmenlogos stammen noch aus den dreißiger Jahren und sind Abkürzungen des Vornamens und Namens, die teilweise nach dem Generalschlüssel der Steinmetzzeichen angeordnet wurden. Wenn sich dieses Zeichen eingebürgert hat, sollten Sie vor allem prüfen, ob eine Modernisierung der Schriftbuchstaben erfolgen kann. Dies wäre der einfachste Weg, um es zu aktualisie-

ren. Trotz bester Absichten wird ohne den Beizug eines Werbegraphikers dabei meist nicht viel herauskommen.

Beachten Sie auch, daß die Entwicklung eines neuen Logos erhebliche Kosten verursachen kann. Die Modernisierung eines bestehenden Zeichens kostet Sie möglicherweise einen Bruchteil davon. Trotz alledem: Ein Zeichen oder Logo ist besser als keines. Nur Mut! Bearbeiten Sie dazu die **Checkliste Nr. 12.**

*Reiner Flassig*



## Checkliste 12: Ihr Firmenzeichen

	JA	teils/ teils	NEIN
1. Hat Ihr Firmenzeichen Signalwirkung?			
2. Hilft Ihr Zeichen, sich von Ihrer Konkurrenz positiv zu unterscheiden?			
3. Trägt Ihr Zeichen dazu bei, das Unternehmen wiederzuerkennen?			
4. Wirkt Ihr Zeichen repräsentativ und symbolisiert es die Leistung Ihres Unternehmens?			
5. Wirkt Ihr Zeichen anziehend, springt es ins Auge, ist es einprägsam in Farbe, Aussage und Gestaltung?			
6. Kann Ihr Firmenzeichen in Bruchteilen von Sekunden vom Betrachter aufgenommen werden?			
7. Ist Ihr Zeichen schnell wiedererkennbar und unverwechselbar?			
8. Ist Ihr Zeichen zeitbeständig, also frei von veraltenden, modischen Elementen in Stil und Farbe?			
9. Stehen Aussage und Inhalt des Zeichens im richtigen Zusammenhang mit Ihrer Arbeit?			
10. Erzeugt Ihr Firmenzeichen Vertrauen und Sympathie, vermittelt es Ihren Kunden das Gefühl, ein Auftrag ist bei Ihnen gut aufgehoben?			
11. Wirkt Ihr Firmenzeichen zeitgemäß, nicht altmodisch, damit auch der Weg zu jüngeren Kunden nicht blockiert wird?			
<b>Ergebnis: (in Zahlen)</b>			
<b>Auswertung:</b> In dieser Checkliste sollten alle Fragen mit „JA“ beantwortet sein. Sollte dies nicht der Fall sein, können Sie Schwächen in eigener Kompetenz schnell abstellen. Dies gilt auch für die Fragen, die Sie mit teils/teils beantwortet haben.			

Zu Ihrem Marketingvorteil

## Die ganze Serie auf Diskette

**D**ie STEIN-Serie »Der Weg zum Verkaufserfolg mit Hilfe von Checklisten« von Reiner Flassig umfaßt sechs Beiträge, die bis Ende dieses Jahres in STEIN erscheinen werden. Die bereits behandelten Themen:

- Marktanalyse (STEIN 5/98)
- Public Relations (STEIN 6/98)
- Werbung (STEIN 7/98)
- Firmenimage (STEIN 9/98)

Die Themen, die noch behandelt werden:

- Ausstellungsraum
- Firmenerscheinungsbild und Verkaufsförderung.

Wollen Sie den Weg zum Verkaufserfolg sofort beschreiten, wollen Sie sofort in diesen Selbsterkennungsprozeß einsteigen und nicht Monat für Monat auf die einzelnen Veröffentlichungen in STEIN warten? Dann bestellen Sie die Diskette jetzt! Schon jetzt liegt die gesamte Serie auf einer Diskette vor. Sie haben damit den ganzen Fragenkatalog zur Hand, können den ganzen Themenkomplex für eine neue Zukunftsperspektive bei ihren Marketingaktivitäten durchgehen, können sich insgesamt 18 Fragebögen auf ihren Bildschirm holen, auf dem Bildschirm ausfüllen und anschließend ausdrucken.

Sie sind interessiert? Bestellen Sie bei:

Callwey-Verlag, Postfach 800409, 81604 München;  
Tel. (089) 43 6005-1 78 (Angela Schratzlseer),  
Fax (089) 4 36 11 61. Der Preis beträgt 98 DM.

Diskettenformat: 3 1/2 Zoll, lesbar und ausdrückbar mit allen üblichen Textverarbeitungsprogrammen mit TXT- oder DOC-Formaten.