

Werbung

Werbung soll die Wünsche, Bedürfnisse, Erwartungen und Erfahrungen Ihrer Kunden ansprechen und damit die Aufmerksamkeit auf Ihr Unternehmen oder Ihr Produkt lenken.

Dabei weist die Werbepsychologie den Weg zu der fruchtbaren Erde in die Sie die Saat Ihrer Werbebotschaft ausbringen sollten. Sie berücksichtigt das Konsumentenverhalten der jeweiligen Zielgruppen, also wie, wo und wann Ihre möglichen Kunden erreicht werden können.

Oder gehen Sie um Aufmerksamkeit zu erhalten tief in den Wald, verstecken sich im Schatten eines Baumes und hoffen das jemand sich zu Ihnen verirrt?

In der Natur verfolgt die Werbung oftmals nur ein Ziel – SEX.

Oder besser, dass Zeugen von Nachkommen und die damit verbundene Erhaltung der Art. Dafür wird mit den prächtigsten Farben, mit lauten Geräuschen, verschiedenen Gerüchen und weiteren Schlüsselreizen geworben. Wir Menschen unterliegen ebenfalls diesem „Gesetz“, keine Frage. Bester Beweis ist die stetig wachsende Weltbevölkerung. Sie liegt bei ungefähr 6,7 Mrd. Menschen auf unserem Planeten und jede Sekunde kommen drei unserer Spezies hinzu (Quelle: Deutsche Stiftung Weltbevölkerung).

Wir sind also für uns selbst die besten Werber.

Das ist selbstverständlich.

Aber sind Sie zufrieden mit der Werbung Ihres Unternehmens oder haben Sie das Gefühl im Schatten des oben angesprochenen Baumes zu stehen?

Werbung – Wie?

Am Anfang unserer Zusammenarbeit mit Ihnen steht die Definition Ihrer Werbeziele.

Was möchten Sie erreichen? Ihren Absatz steigern, ein bestimmtes Image aufbauen, ein neues Produkt am Markt platzieren? Weitere Fragen sind, welche Zielgruppen wollen Sie mit der Werbebotschaft erreichen, wie hoch ist Ihr veranschlagter Werbeetat, welche weiteren Bereiche des Marketing werden verfolgt?

Aus diesen und weiteren Informationen erstellen wir eine spezielle Werbestrategie für Ihr Unternehmen. Sie beinhaltet unter anderem die Wahl der Medien und Werbemittel, die zielgruppenspezifische Ansprache durch Text und Motiv, die Verzahnung Ihres Werbeauftrittes mit den weiteren Bereichen des Marketing-Mix und die Organisation und Schaltung Ihrer Werbung in den relevanten Medien.

Das Werbekonzept – Werbestrategien für Ihr Unternehmen

Mit dem Marketingkonzept erhalten Sie einen Überblick über Zustände, Ideen und Wege zur Umsetzung der Ideen Ihres Unternehmens im Hinblick auf den von Ihnen bedienten Markt. Wir betrachten bei der Erstellung insbesondere:

Die Darstellung des Unternehmens nach außen, aus Ihrer Sicht und wie sie sein sollte.

Dafür wird ein Fragebogen erarbeitet, der die wichtigsten Parameter abfragt. Um ein repräsentatives Ergebnis und damit den subjektiven Ist-Zustand zu erhalten, werden neben Ihnen auch Ihre Mitarbeiter befragt.

Sie werden erstaunt sein, wie weit die Meinungen über die Außenwirkung Ihres Unternehmens differieren können. Das kann schon bei der Definition der Zielgruppen beginnen.

Die Erfassung der bisherigen Aktivitäten im Bereich Marketing, deren Umsetzung, Verantwortlichkeiten und Budgetierung.

Mit Sicherheit betreibt Ihr Unternehmen Marketing und verfolgt gewisse Strategien. Aber haben Sie diese Strategien bis zum Ende geplant? Wie erfolgt das Controlling? Welche neuen Möglichkeiten ergeben sich dadurch? Wo können Sie Prozesse bündeln und damit ihre Präsenz erhöhen oder Ihre Ausgaben reduzieren? Welche Kommunikationswege sind bis dato Neuland und warum? Erreichen Sie mit Ihren Marketingaktivitäten Ihre Zielgruppe im gewünschten Maße? Durch die Analyse Ihrer bisherigen Marketingaktivitäten nehmen wir den realen Ist-Zustand Ihres Unternehmens auf.

Die Struktur Ihrer Wettbewerber, Preise und Kommunikation

Wir recherchieren Ihre Wettbewerber nach deren Standort, Preisen und Marketingaktivitäten.

Erarbeitung neuer und Optimierung der bisherigen Marketingstrategien und Kommunikationswege

Der Vergleich der Analyse-Ergebnisse des gewünschten Zustandes, des aktuellen Zustandes und des Kommunikationsverhaltens Ihrer Mitbewerber erzeugt ein konkretes Bild der Aufstellung Ihres Unternehmens am Markt und den Potentialen Ihrer Firma. Auf dieser Grundlage werden nachhaltige Marketingstrategien erarbeitet. Dabei steht der Kunde im Mittelpunkt jeder konzeptionellen Planung.

Denn Ihr Unternehmen ist nur dann erfolgreich, wenn Ihre Kunden zufrieden sind.

Motive

„ ...

Welches Motiv hatte sie?

Kann ich Ihnen leider nicht sagen.

Haben Sie eine Botschaft erhalten?

Ja, aber die war undeutlich und irgendwie verschlüsselt.

...“

Was meinen Sie?

Ein Dialog aus einer vorabendlichen Krimireihe oder ein abstraktes Gespräch über eine Werbekampagne? Und was haben beide gemeinsam?

Die Suche nach dem Motiv.

In unserem Alltag werden wir permanent mit Unmengen unterschiedlicher Reize konfrontiert. Jedoch verarbeiten wir nicht jeden Reiz gleichrangig. Nur das Signal wird eindringlicher bearbeitet, welches unsere Aufmerksamkeit weckt und damit für uns von Bedeutung ist.

Doch wie gelingt es Aufmerksamkeit zu erregen und dabei eine positive, langfristige Erinnerung zu hinterlassen?

Die Kommunikation von Werbebotschaften erfolgt zumeist über Motive in Kombination mit kurzem Text. Sie müssen schnell zu verstehen sein und eine eindeutige Aussage haben. Dabei gibt es verschiedene Möglichkeiten die Motive aufmerksamkeitsstark einzusetzen.

Ein Beispiel:

Sie sind der Einladung einer Ihrer Bekannten gefolgt und erzählen über dies und das. Der Gastgeber bringt das Gespräch auf seine neulich erstandenen HiFi-Komponenten und schaut sie während den Ausführungen mit leuchtenden Augen an. Sie wollen sich von den Aussagen überzeugen, brauchen ihn auch nicht lange zu bitten und er führt Ihnen das Gerät vor. Sie sind begeistert! Der Klang, das Design und die leichte Bedienung übertrifft alle Ihre Erwartungen deutlich. Gemeinsam sitzen Sie nun mit ihrem Bekannten vor dem HiFi-Gerät, gemeinsam mit leuchtenden Augen.

Was denken Sie, werden Sie in der nächsten Zeit aufmerksamer für die Werbung dieser HiFi-Komponenten sein?

In diesem Fall spricht das Werbemotiv für das besagte Gerät, Ihre Wünsche und Bedürfnisse an, denn in Ihnen wächst der Wunsch dieses Gerät zu besitzen. Ihre Aufmerksamkeit ist gewonnen.

Motive wirken jedoch noch auf andere Weise, als EYECATCHER.

Motive mit der Lizenz zum Blickfang zielen auf unser emotionales Zentrum ab. Sie wirken durch erotische oder emotional bindende Reize. Sie zeigen uns Bilder, die Botschaften entgegen unseren Erwartungen transportieren und ziehen damit die Aufmerksamkeit auf sich. Denn was bringt Ihre Werbekampagne, wenn Sie in dem Meer der Werbemotive untergeht?

Motivideen – Wie?

Zur Erarbeitung der Motive für Ihr Unternehmen arbeiten wir eng mit Ihnen zusammen.

Aber, wir können ja nicht alles verraten!

Alle weiteren Informationen, vom ersten Gespräch bis zur Umsetzung Ihrer Motive, geben wir Ihnen gern, fragen Sie uns.

Text

Sie benötigen nur einen ganz „normalen“ Text für Ihre Kampagne, Ihre Webseite, Ihr Plakat, Ihre Imagebroschüre, Ihren Werbebrief?

Dann sind wir für Sie der falsche Partner.

Natürlich könnten wir Ihnen „normale“ Texte anbieten, die nach einem standardisierten Muster erstellt wurden und dadurch sehr günstig sind.

Jedoch, was wollen Sie?

Wollen Sie Ihren Konsumenten das immergleiche Textmahl servieren und ihn damit langweilen, so wie es Ihre Konkurrenz tut? Oder wollen Sie durch Ihr neues Werbematerial Ihre Zielgruppe direkt ansprechen, überzeugen und neue Kunden gewinnen?

Dann sind wir für Sie der richtige Partner!

Text ist neben der Bildsprache eines der ausschlaggebenden Instrumente zur Kommunikation einer Botschaft nach außen. Doch es gibt erhebliche Unterschiede in der Kommunikation respektive zwischen Text und Text. Die optimale Ansprache haben sie gefunden, wenn Sie Ihr Ziel erreichen. Das bemerken Sie selbst in den verschiedenen Situationen des Alltags. Ihr Kommunikationsverhalten ändert sich je nach Gesprächspartner und was Sie erreichen bzw. ausdrücken wollen. Entsprechend findet das Gespräch zwischen Ihnen und einem Callcenter-Mitarbeiter anders statt, als das mit ihrem Partner. So sollte es jedenfalls sein, wenn nicht gerade der Callcenter-Mitarbeiter Ihr Partner ist.

Natürlich, das ist doch ganz klar, sagen Sie.

Aber warum ist es dann nicht selbstverständlich für das Kommunikationsmaterial Ihres Unternehmens?

Warum reden Sie an dieser Stelle mit Ihrem Partner wie mit einem Callcenter-Mitarbeiter?

Der richtige Text - wie

Aus diesem Grund erarbeiten unsere Texter speziell für Ihr Unternehmen bzw. Ihr Produkt eine grundlegende Strategie für die Ansprache. Die beworbene Zielgruppe und die stärksten Verkaufsargumente werden ermittelt und in den Focus des Textes gestellt.

Denn Ihr Erfolg ist unser Erfolg!

Gestaltung

Möchten Sie wissen, ob Ihre Firma von Ihren (potentiellen) Kunden erkannt wird und Sie dadurch Ihre Kunden stärker binden können?

Alsdann habe wir hier einige Fragen für Sie, die Licht in das Dunkel bringen.

Ziehen Sie bestimmte Kleidung immer wieder gern an?

Finden Sie es gibt Sachen, die Ihnen einfach nicht stehen und Sie greifen automatisch wieder auf jene zurück in denen Sie sich wohlfühlen?

Haben Sie eine Lieblingsfarbe oder auch zwei? Sind Sie ein bestimmter Typ, mit unverkennbarem Stil, so dass Ihre Bekannten sagen: "Na, das war doch mit Sicherheit ..."?

Also, ein Mensch, der durch sein Auftreten und Handeln sofort erkannt wird, selbst wenn man Sie nur flüchtig kennt?

Dann haben Sie für sich selbst ein Corporate Design oder besser eine Corporate Identity mit dem darauf aufbauenden Layout entwickelt.

Wie steht es mit Ihrem Unternehmen?

Ist Ihre Unternehmenssprache in Farbe, Bild und Text einheitlich?

Nehmen Sie sich bitte Ihre Visitenkarte, Ihren Briefbogen, Ihre aktuellen Drucksachen, wie Flyer, Postkarte, Anzeigen, Broschüren, Plakate zur Hand und öffnen Sie Ihre Firmenwebseite.

Verdecken Sie bitte einmal Ihr Logo und den Namen Ihres Unternehmens und sehen Sie sich dann Ihren Unternehmensauftritt an.

Erkennen Sie auch jetzt noch Ihre Firma?

Ja!

Sehr gut, Sie können sicher sein Ihre Kunden erkennen Sie ebenfalls immer wieder.

Ihr Unternehmen besitzt damit einen hohen Wiedererkennungswert und Sie haben folglich das Fundament für ein erfolgreiches Marketing gelegt.

Hmm!

Sie haben noch gar keine Firma oder sind gerade in der Gründungsphase und benötigen das passende Aussehen für Ihre neue Firma? Dann schauen Sie unter „Nein“ nach.

Nein!

Dann rufen Sie uns bitte unter 0345/ 613 87 53 an, senden uns eine Email oder kontaktieren Sie uns über das Anfrageformular und wir entwickeln gemeinsam Ihr Corporate Design und legen das gestalterische Fundament für die erfolgreiche Etablierung ihrer Firma.

Das Internet –

Es war einmal im Jahre 1969 in einem fernen Land, der Vater des Internets „ARPANET“ erblickte das Licht der virtuellen Welt.

Und heute,

überall auf und rund um den Globus bietet das Internet scheinbar unendliche Möglichkeiten für jedwede Unternehmung und wir stehen gerade am Anfang.

Allein in Deutschland sind 39 Millionen Internetnutzern jeden Tag in den vernetzten Computernetzen, besser bekannt als „Internet“ unterwegs (Quelle: Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik).

Mit den Web 2.0 Anwendungen wie Weblogs, Wikis, RSS-Feeds und Social Bookmarking wird die Zahl der Nutzer in der nächsten Zeit weiter schnell ansteigen.

Was diese digitalen Surfer suchen? Vielleicht Sie und das Angebot Ihrer Firma!

Ich kenn da einen, der einen kennt, der kennt einen, der das macht.

Anbieter für Webseiten gibt es viele. Vom Webdesigner bis zum Nachbarn, eine Tür weiter. Jedoch wo liegen Ihre Ansprüche? Was möchten Sie mit Ihrer Webpräsenz im Internet erreichen? Wir bieten Ihnen eine Beratung, wofür und wie Sie das Internet unternehmensspezifisch nutzen können, erarbeiten ein Konzept für die Kommunikationsstruktur und das Weblayout Ihrer Webseite, entsprechend Ihres Firmenprofils unter Einbeziehung einer optimalen Ergonomie und useability. Was auf gut deutsch bedeutet, dass die Kunden sich auf Ihrer Webseite leicht zurechtfinden, wohlfühlen und gern Ihre Seite erneut aufsuchen.

Eine weitere Säule für Ihren Internetauftritt sind die Inhalte. Sie entscheiden unter anderem über die Relevanz für die Suchmaschinen. Also, ob Sie bei der Eingabe eines entsprechenden Suchbegriffes überhaupt gefunden werden.

Der Text auf Ihrer Internetseite spielt für die Suchmaschinen und natürlich für die baldigen Besucher Ihrer Homepage eine wichtige Rolle. Er soll informieren und gleichzeitig verkaufen. Denn was nutzt das beste Produkt, wenn niemand weiß, was es kann und von welcher Qualität es ist? Ausdrucksstarke Fotografien komplettieren das positive Gesamtbild und geben Ihrer Internetseite das gewisse Etwas.

In der von uns erarbeiteten Gesamtkonzeption Ihrer Webpräsenz bieten wir Ihnen professionellen Text und professionelle Fotografie selbstverständlich mit an. Sie erhalten somit alle Komponenten für Ihren perfekten Auftritt im world wide web.

Standortanalyse – Warum?

Die Standortanalyse ist ein unerlässlicher Bestandteil der Unternehmenskonzeption bei Neugründung oder Neuansiedlung. Sie gibt Auskunft über Schwächen und Stärken des Standortes, bezogen auf Ihr Unternehmensprofil.

Für Laden- bzw. Geschäftslokale, also für Händler, Dienstleister, Gastronomen ist sie unumgänglich und kann über Gedeih und Verderb der Firma entscheiden.

Auch bei der Kreditvergabe ist die Analyse Ihres ausgewählten Standortes und die darausfolgenden Ergebnisse unerlässlich. Eine profunde Standortanalyse ist für die Bankinstitute eine willkommene Entscheidungshilfe und für Sie die Sicherheit Ihrem unternehmerischen Erfolg den Weg zu ebnen.

Standortanalyse – Wie?

Bei der Konzeption der Standortanalyse richten wir die Wertigkeiten der zu untersuchenden Kriterien und die Art und Weise der Durchführung an Ihrem Unternehmensprofil aus. So erhalten Sie eine Analyse, die den Standort genau auf die Anforderungen Ihres Unternehmens untersucht und hinterfragt.

Denn die Wahl des Standortes ist wie eine Heirat, die Scheidung wird zumeist sehr zeit- und kostenintensiv.

Am Anfang jeder Standortuntersuchung steht ein Gespräch (auch telefonisch) mit Ihnen über Ihr Geschäftsprofil, Ihre Geschäftsidee, die Anforderungen an den Standort aus Ihrer Sicht und den Umfang der Analyse. Im Anschluss wird mit den erhaltenen Informationen und weiteren grundlegenden Bausteinen Ihre spezielle Standortanalyse erarbeitet. Die Konzeption wird mit Ihnen besprochen und diskutiert, so dass Sie genau wissen, nach welchen Faktoren der von Ihnen ausgewählte Standort untersucht wird.

Grundlegende Kriterien für die Standortanalyse sind:

- Ermittlung der Passantenströme
 - o Frequenzzählung, Laufgewohnheiten, Zeitintervalle
 - o Kundenerreichbarkeit
 - o Standorttreue
- Werberezeption (mit Befragung)
 - o Wie wird meine Werbung wahrgenommen?
 - o Vergleiche mit der Konkurrenz
- Wettbewerbssituation und -struktur
- Infrastruktur
 - o private und öffentliche Verkehrsanbindung = zeitliche Erreichbarkeit
 - o Parkplatzsituation
- zukünftige Bauvorhaben in der Nähe des Standortes
- behördliche Auflagen

Transkription - Wir bringen das gesprochene Wort zu Papier

Kennen Sie diese Situation? Sie nehmen an einem langersehnten Seminar teil und erhalten viele für Sie neue und nutzbringende Informationen. Das Seminar erfüllt Ihre Erwartungen voll und ganz. Wenige Zeit später möchten Sie das Gehörte anwenden, wiedergeben oder vermitteln, können sich jedoch nur noch bruchstückhaft daran erinnern. Was können Sie tun? Das Seminar erneut belegen? Im Buchhandel ein Buch erwerben mit ähnlichem Inhalt? Das schon, aber Sie benötigen es jetzt und Sie möchten genau die speziellen Informationen des von Ihnen besuchten Seminars.

Der Mensch besitzt die Eigenschaft Inhalte aus Vorträgen, Filmen, Interviews, Gesprächen oder Diktaten auf wenige Informationen zu reduzieren, in Abhängigkeit von der Zeit. Je mehr Zeit vergangen ist, umso weniger Informationen bleiben als Erinnerung daran zurück. Für den Mensch und die Leistungsfähigkeit seines Gehirns ist das von Vorteil, für die Weitergabe oder Archivierung von detailgenauen Informationen dagegen sehr von Nachteil. Das war unseren Vorfahren schon bewusst und sie übertrugen Ihre Erlebnisse und Erfahrungen, als Dokument für die folgenden Generationen, auf die steinernen Wände ihrer natürlichen Behausungen. In der heutigen, modernen Zeit haben wir die steinernen Wände durch Audioaufnahmegeräte und Textverarbeitungsprogramme ersetzt und bezeichnen die Informationsübertragung in die Zeichenform, als Transkription. Durch die von uns durchgeführte Transkription wird die verbale, und auf Wunsch nonverbale Kommunikation, in schriftlicher Form festgehalten. Sie ist dadurch jederzeit abrufbar bzw. nachlesbar und lässt sich leicht archivieren.

Transkription wissenschaftlicher Referate und Diskussionsrunden

Die wissenschaftliche Sprache ist gespickt mit speziellen Begriffen und Termini. Das Übertragen mündlicher wissenschaftlicher Referate in eine Textdatei stellt eine hohe Anforderung an den Transkribierenden dar. Um die Qualität der Transkription wissenschaftlicher Vorträge zu garantieren, arbeiten wir mit Akademikern der verschiedenen Fachgebiete zusammen. Sie transkribieren die Vorträge und sorgen für eine fehlerfreie Übertragung Ihres wissenschaftlichen Referates.

Sie fragen jetzt vielleicht, warum sollte ich die Vorträge transkribieren lassen? Es sind Veröffentlichungen, die als Abstracts oder Papers erscheinen und vom Referenten selbst erstellt werden. Das ist richtig. Jedoch wer transkribiert für Sie die Diskussionssession, für die kein vorgefertigtes Script vorliegt? Ergeben sich nicht insbesondere während der Diskussion neue Lösungsansätze für die verschiedenen Arbeitsfelder? Wäre es dann nicht komfortabel diesen ideenreichen Meinungs austausch in Schriftform zur Hand zu haben und jederzeit darauf zurückgreifen zu können? Wir transkribieren für Sie Ihre Vorträge und Diskussionsforen ohne inhaltliche Abstriche und machen sie dadurch unsterblich.

Transkription von Vorträgen oder Referaten in Russisch oder Englisch

Viele Redner aus dem Ausland bereichern die hiesigen Konferenzen und Tagungen mit ihren Vorträgen und heben das entsprechende Symposium auf das gewünschte internationale Niveau. Dabei ist es nur zu verständlich, dass Sie Ihre Referate in ihrer Heimatsprache oder zumeist auf Englisch halten.

Auch werden Diskussionsforen und Podiumsdiskussionen besonders lebhaft durch die bunte Mischung der verschiedenen Nationalitäten im Auditorium, die durch Ihre unterschiedlichen Sichtweisen das Diskussionsthema in einen anderen Blickwinkel rücken.

Daher ist es doch für Sie von großem Interesse die gesamten Vorträge und Diskussionsbeiträge auf Papier zu bringen. Denn was haben Sie davon, werden nur die Beiträge in deutscher Sprache transkribiert?

Für die lückenlose Transkription der Vorträge, Diskussionsforen und Podiumsdiskussionen Ihres Symposiums arbeiten wir mit professionellen Übersetzern und Native Speakern zusammen. Wir bieten die Transkription auf Russisch und Englisch an.

Natürlich übersetzen wir die ausländischen Vorträge auch und Sie erhalten die transkribierten und übersetzten Vorträge in deutscher Sprache.

Somit bekommen Sie eine durchgehende Dokumentation Ihrer Tagung in schriftlicher Form, entweder durchweg in deutscher Sprache oder als mehrsprachige Aufzeichnung.

Transkription – Wie?

Im Vorfeld besprechen wir mit Ihnen die Vorgehensweise bei der Transkription.

Wir begleiten Ihre Tagung, Konferenz bzw. Ihr Seminar und nehmen die Daten auf Mini Disc oder Tonband auf. Für kurze Interviews und Gespräche bevorzugen wir die digitale Aufnahme, dagegen nutzen wir für Tagesseminare oder Konferenzen analoge Technik, wie Video- oder Tonbandrecorder. Die Audiotranskription wird im Anschluss durchgeführt und der Text nach dem Lektorat in die verschiedenen von Ihnen gewünschten Dateiformate umgewandelt.

Dialogmarketing

Während Sie diesen Satz lesen, stehen Sie bereits mit uns im Dialog.

Dabei sind Sie als Leser der potentielle Kunde und wir, als Bereitsteller dieser Informationen, die Anbieter einer Dienstleistung, die Sie interessieren soll.

Doch warum interessieren Sie sich für diesen speziellen Text über das Dialogmarketing?
Was bewegt Sie, Ihre wertvolle Zeit, in diesem Moment, genau in diese Informationen zu investieren?

Oder, eine Gegenfrage:

Würden Sie sich auch für die Ergebnisse der 3. Stadtklasse im Synchronschwimmen (gesetzt den Fall, es gibt eine solche Klasse) interessieren?

Natürlich würden Sie das! Jedoch nur, wenn Sie einen Bezug zum Synchronschwimmen in der 3. Stadtklasse hätten. Folglich ist Ihr Interesse groß, mehr über diese Sportart zu erfahren und Sie sind offen für jedwede neue Information darüber.

Genau diesem Prinzip unterliegt das erfolgreiche Dialogmarketing.

Oder als Formel ausgedrückt:

erfolgreiches Dialogmarketing = treffsichere Argumente und interessante Inhalte für ausgewählte, relevante Zielgruppen + ideenreiches Design

Denn was nutzt es Ihnen, landen Ihre Werbebrieve respektive E-Mails, Informationsbroschüren oder Kataloge ungesehen im realen oder virtuellen Papierkorb?

Profitieren Sie von der Vielfalt der Dialogkanäle!

Einst zählten ausschließlich Briefmailings als das wahre Mittel zum Zweck des Dialogmarketings. Doch der gute alte Werbefried hat Konkurrenz bekommen. Telemarketing, E-Mail-Marketing, Mobile Marketing, Suchmaschinenmarketing stehen ebenfalls an der Startlinie und greifen immer stärker ins Rennen um die Gunst der Kunden und die Neukundengewinnung ein.

Was also ist nun das richtige Dialoginstrument für Ihr Unternehmen, um potentielle Kunden anzusprechen und die bestehenden Kunden zu binden?

Wie so oft macht die Kombination, der Mix aus den verschiedenen Dialogkanälen, die Musik. So gleicht das oben erwähnte Rennen eher einer Staffel aus Spezialisten, die in der richtigen Ansetzung eine nahezu unschlagbare Mannschaft bilden.

Dialogmarketing – Wie?

Im ersten Schritt nehmen wir den Ist-Zustand Ihrer bisherigen Dialogmarketing-Aktivitäten auf. Dabei gehen wir unter anderem den Fragen nach: Wie treten Sie nach außen auf, wer sind Ihre Zielgruppen, was unterscheidet Sie von Ihren Wettbewerbern, warum sollte der Kunde Ihr Unternehmen bevorzugen oder Ihr Produkt kaufen, was sind die grundlegenden Gestaltungselemente, wie erfolgt die Ansprache Ihrer Kunden, was sind die Ziele Ihres Unternehmens im Bereich des Dialogmarketings?

In der Folge erarbeiten wir auf Grundlage Ihrer Informationen und Zieldefinitionen die Kommunikationsstrategie und das Dialogkonzept für Ihr Unternehmen. Jeder Schritt, von der Aufnahme des Ist-Zustandes bis zur Umsetzung des Konzeptes, erfolgt in enger Zusammenarbeit mit Ihnen.

User Interface – das charakteristische Gesicht Ihrer Software

Was meinen Sie, wer ist erfolgreicher?

Ein unsagbar schöner Mensch oder ein charismatischer Zeitgenosse, ein Typ?

Der schöne Mensch wird mit Sicherheit einfacher Erstkontakte erhalten, doch der charismatische wird in der Tiefe und Nachhaltigkeit die Nase vorn haben. Aus diesem Grund liegt der Schlüssel zum Erfolg in der Kombination beider.

Gleiches gilt für das User Interface. Nur ein schniekes Design macht noch keine erfolgreiche Software.

Doch ein modernes, zeitgemäßes Design des User Interface verbunden mit einem ausgeklügelten Interaktionskonzept bilden das Fundament einer erfolgreichen Software.

Interaktionskonzept - Vermittler zwischen dem User und dem Programm

Das Interaktionskonzept beinhaltet das Navigationskonzept und die Informationstruktur der Software. Es bildet auf der Oberfläche die verschiedenen möglichen Szenarien ab.

Zur Erarbeitung des Interaktionskonzepts benötigen wir die vorgesehenen und ausgearbeiteten Szenarien, die der Benutzer durchlaufen kann. Die Szenarien werden von den verantwortlichen Mitarbeitern Ihrer Firma erstellt und können gemeinsam mit uns evaluiert werden.

Daraufhin beginnen wir mit der Ausarbeitung des Interaktionskonzepts nach folgenden, grundlegenden Schwerpunkten:

Der Benutzer wird bei seinen Arbeitsabläufen durch das Interaktionskonzept unterstützt. Er tritt mit der Anwendung in einen unmissverständlichen Dialog und hat die Möglichkeit, das Programm hinsichtlich seiner benötigten Funktionen zu modifizieren, Stichwort Personalisierung. Das Interaktionskonzept passt sich dem Workflow des Benutzers an. Es lässt sich problemlos durch neue Funktionalitäten in späteren Produktversionen erweitern.

Die Benutzeroberfläche – Ergebnis aus Design und Interaktionskonzept

Im Ergebnis des Interaktionskonzeptes steht die Basis des User Interface. Das Ziel ist es, eine Oberfläche zu erstellen, die sich selbst erklärt.

Unsere User Interface-Designer gestalten auf dieser Grundlage das Grundlayout der Anwendung. Wir erarbeiten die Struktur der Fenstertypen und ordnen ihnen die jeweiligen Funktionen zu. Also eine Art definierter Fensterbaum in Abhängigkeit der funktionalen Dimension. Gleiches gilt für die Fensterbereiche wie Menüs, Toolbars, Navigationsleiste und benutzerdefinierte Werkzeuge.

Der Stylemanager – Architekt der konsistenten Benutzeroberfläche

Die erarbeiteten Vorgaben des Designs und des Interaktionskonzeptes finden Eingang in den Stylemanager.

Ihr Vorteil :

Er dokumentiert die Gestaltungsrichtlinien und die generelle Zuordnung von Funktionen zu den verschiedenen Oberflächenelementen Ihrer Software oder Applikation. Dadurch behalten Programmmasken, ganz gleich welches Szenario sie beschreiben, immer das gleiche Designmuster und kommunizieren mit dem Benutzer auf die von ihm erwartete Art und Weise. So können Sie auch nachträglich neue Programmmasken ohne viel Aufwand anpassen.

Der Stylemanager sorgt für eine in sich geschlossene, anwenderfreundliche Benutzeroberfläche und organisiert Ihr User Interface Design.

Ergonomie - Freundlichkeit am Arbeitsplatz

Bei der Erstellung des Designs des User Interface Ihrer Software steht die eindeutige, unmissverständliche Dialoggestaltung im Vordergrund. Damit die Benutzer, Ihrer Software treu bleiben.

Die Interaktion zwischen dem Benutzer und der Software erarbeiten und setzen wir unter ergonomischen Gesichtspunkten um.

Dabei legen wir den Fokus auf auf folgende Grundsätze der Dialoggestaltung, die ebenfalls in der Norm EN ISO 9241 festgeschrieben sind:

1. Aufgabenangemessenheit
2. Selbstbeschreibung
3. Steuerbarkeit
4. Erwartungskonformität
5. Fehlertoleranz
6. Individualisierbarkeit
7. Lernförderlichkeit

Custom Look & Feel – visuelle Reiseführer der Software

Ziel jeder Software ist es, den Benutzern eine außerordentliche grafische Oberfläche zu bieten, die intuitiv und damit einfach zu erlernen ist und auf der sich Ihre Kunden wohlfühlen.

Wir entwickeln und designen das Custom Look and Feel Ihrer Software entsprechend Ihren Corporate Design Vorgaben und für browserbasierte HTML-Anwendungen auf der Grundlage von HTML, CSS und JavaScript.

Im Vordergrund jedoch steht die einfache Bedienung und Erlernbarkeit Ihrer Software. Das erreichen wir durch die Entwicklung einer benutzeraffinen, gestalterisch hochwertigen Oberfläche mit selbsterklärenden Icons und Interaktionskomponenten (z.B. Menüs und Buttons). Ihren

Kunden wird das beim Öffnen und der Arbeit mit Ihrer Software nicht verborgen bleiben. Und so kommt Ihr Produkt und dadurch auch Sie bestens bei Ihren Kunden an.

Sie erhalten von uns für Ihre browserbasierte Software hervorragende Stylesheets und HTML-Templates, die auf die meistgenutzten Browser angepasst sind.

ZK Enterprise Framework – der Zukunft einen Schritt voraus

Das klingt übertrieben? Dann lesen weiter!

Die ZK Framework Anwendungen wurden bisher rund 700 000 Mal heruntergeladen und das weltweit, damit ist es das führende open source Ajax Framework. Durch das ZK Mobile kommunizieren Sie nahezu mit jeder Internetapplikation, einer Vielzahl an mobilen Browsern und allen Endgeräten, die Java unterstützen.

Die TOP Ten der Gründe „Warum sollten Sie ZK Framework nutzen?“ finden Sie auf <http://www.zkoss.org/WhyZK/>.

Ihr Projekt mit ZK Framework – Wie?

Sie haben eine großartige Idee für ein Projekt und wollen es als browserbasierte Software umsetzen? Sie möchten eine viel höhere Anzahl von Benutzern mit Ihrer Anwendung erreichen? Dann nutzen Sie die Vorteile des ZK Frameworks für Ihr Vorhaben und rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine Mail.

Für die Programmierung Ihrer Software arbeiten wir mit einem erfolgreichen und seit vielen Jahren international tätigen Softwareunternehmen zusammen.

Sie geben uns Einblicke in ihr Vorhaben oder erläutern uns Ihre Idee und wir erarbeiten mit Ihnen gemeinsam die kommenden Schritte bis zur Fertigstellung Ihrer Software.