

Investitionsgüter

Strategie, Marketing, Kommunikation



Wettbewerbs- und Marktanalyse

Vorsprung ist immer nur Wettbewerbsvorsprung.
Der Blick von außen hilft, den Blick von innen zu schärfen.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- neutrale Wettbewerbsanalyse
- Markt- und Zielgruppendefinition
- Kommunikationsarchitektur



Markenpositionierung

Marke ist eine Sache des menschlichen Gehirns,
nicht der Konsumgüterindustrie.
Marke verbindet Werte zwischen dem Hersteller
und seinem Kunden.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- vom Markenkern zur Gestaltwahrnehmung
- Marke ist Macht
- strategische Markenführung



Werte und Kommunikation

Werte statt Nutzen! Von der Nutzenargumentation
zur wertvollen Inszenierung.
Investitionsgüter Made in Germany.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- Grundlagen der Wahrnehmungspsychologie
- Ausrichtung der Marketingstrategie
- strategische Kommunikation

GRUPPE DREI®

Chancen für Branchen, Programme für die Zukunft!
Fordern Sie Ihren gedruckten Themenflyer an oder nutzen Sie
unsere Download-Möglichkeit unter www.gruppedrei.com



Vertriebschulungen
Verkaufsseminare
Preses/Altresales

Handelsmarketing
Konsumentenpsychologie
POS/POP

Standortmarketing
Regionmarketing
Bürgerbeteiligung

Destinationmarketing
Tourismuswerbung
Management

GRUPPE DREI®
STRATEGIE

GRUPPE DREI®
STRATEGIE

GRUPPE DREI® GmbH

Robert-Bosch-Straße 9
D-78048 VS-Villingen

Telefon +49 (0) 7721 8421-0
Telefax +49 (0) 7721 8421-33

info@gruppedrei.com
www.gruppedrei.com

Hegau-Tower
Maggistraße 5
D-78224 Singen am Hohentwiel

Telefon +49 (0) 7731 1481-6600
Telefax +49 (0) 7731 1481-6603

bodensee@gruppedrei.com
www.gruppedrei.com



INVESTITIONSGÜTERMARKETING
MARKENPOSITIONIERUNG
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



Mitglied GWA



Made in Germany

Spätestens seit der Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland ist „Made in Germany“ wieder zum weltweiten Inbegriff überragender technischer Qualität geworden. Deutsche Produkte aus der Investitionsgüterindustrie profitieren davon erheblich.

Was aber ist diese Marke wert? Nichts zum anfassen, nichts zum berechnen! Unser Gehirn wertet aber allmählich alles auf, was mit „Made in Germany“ verbunden ist. Hier wird deutlich, dass die Psychologie der Marke nicht ausschließlich rational gefasst werden kann.

Strategischer Markenaufbau und strategische Markenführung sind heute wichtiger denn je. Starke Investitionsgütermarken haben alle Krisen der Vergangenheit besser überstanden als Unternehmen, die als Marke nicht wahrnehmbar waren. Die Investitionsgüterbranche lebt von Innovation. Innovation treibt die Wirtschaft. Innovation ist aber auch immer innovatives Marketing und innovative Kommunikation – beide Bereiche gehören unmittelbar zusammen.

Emotion pur

In einer medial inszenierten Welt, wie sie sich heute darstellt und in Zukunft sein wird, kann die Bedeutung innovativer und strategisch ausgerichteter Kommunikation gar nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Komplexe Produkte bedürfen intelligenter Plausibilität und subtiler Emotionalität. Vertreterinnen und Vertreter technischer Berufe erklären die Welt gerne sachlich und nüchtern. Gut so und ein Element technischer Premium-Qualität. Kommunikation lebt aber von Emotion. Der Mensch ist kein Homo-Oeconomicus, er wäre sonst eine ausgestorbene Spezies.

Emotional bedeutet in erster Linie faszinierend und neugierig machend. Emotion überdeckt nicht rationale Argumente, im Gegenteil: Gut gemachte Emotion bringt rationale Argumente in der Wahrnehmung schneller auf den Punkt.

Moderne Hirnforschung kann mittlerweile sehr präzise all diese Zusammenhänge durch den Einsatz funktionaler Magnetresonanztomografen (fMRT) nachweisen.

Lösungen

GRUPPE DREI bringt Vorsprung in Ihre Kommunikation.

- Strukturierte Wettbewerbs- und Marktanalysen
- Sozialpsychologie als Basis erfolgreicher Zielgruppenansprache
- Markenbildung, Markenarchitektur, strategische Markenführung
- Codierung wichtiger rationaler Argumentationsketten in Emotionalität
- Corporate Identity, Corporate Design, Bildwelten, Sprache

Unsere Strategien, Marketingempfehlungen und Markenbildungen realisieren wir mit prozessbegleitenden Workshops für Führungskräfte und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – kompakt, zuverlässig, ergebnisorientiert.
Haltbarkeitsdatum: 10 bis 15 Jahre.