

## Kundschaftsbasierte Corona-Impact-Analyse<sup>®</sup> – Klarheit für Ihre Strategie und Marke nach Corona



Wie denken und handeln Ihre Kunden nach der Corona-Erfahrung – wo anders, wo gleich?

Als wie bereit für diese Veränderungen werden Ihre Leistungen und Ihre Marke(-n) eingeschätzt?

Mit welchen Leistungsentwicklungen sind Sie auch im neuen Umfeld bestimmender Akteur und bleiben oder werden «Top of mind»?

Wie stärken Kommunikation und Marketing jetzt Ihre Marktposition?

Mit welchen Sofortmassnahmen können Sie bei Ihren Kunden rasch Vertrauen schaffen?

## **Kundschaftsbasierte Corona-Impact-Analyse® – Klarheit für Ihre Strategie und Marke nach Corona**

### ***Was geschieht: Corona als Katalysator für tiefgreifende Veränderungen***

Corona trifft Unternehmen wie Institutionen mitten in einer Phase des Umbruchs. Globalisierung, Digitalisierung, Klima- und Wertwandel haben für Wirtschaft, Gesellschaft und die dahinter stehenden Menschen einen umfassenden und hochdynamischen Veränderungsprozess in Gang gesetzt.

In dieser disruptiven Situation ereignet sich jetzt Corona – unerwartet, weltweit, unberechenbar. Corona hat eine alle Lebensbereiche erfassende Sondersituation geschaffen, die jede und jeden betrifft. Corona ist aber ebenso Katalysator und Beschleuniger für den bereits laufenden Veränderungsprozess – mit in der Summe tiefgreifenden Folgen:

- > Die Menschen sind verunsichert und gleichzeitig offen. Als Konsumenten wie Akteure der Wirtschaft und Gesellschaft suchen sie ihren Weg, entwickeln neue Vorlieben, neue Bedürfnisse, neue Sensibilitäten und in der Folge neues Verhalten.
- > In der Gesamtwirtschaft wie in den einzelnen Branchen und Märkten erfolgen fundamentale Verschiebungen, weil neue Themen aufkommen und andere Rahmenbedingungen entstehen.
- > Das gesellschaftlich-soziale Verhalten ist durch die Erfahrungen der Corona-Zeit im Fluss: Wie bleibt man miteinander verbunden? Wer und was ist wirklich wichtig? Wieviel Risiko und Verzicht nimmt man wofür in Kauf?

### ***Jetzt wichtig: Klarheit bei Strategie- und Markenentwicklung schafft Vertrauen***

All diese Entwicklungen deuten auf kompetitivere und neue Märkte nach Corona hin. Bestehen wird, wer die neuen Zeichen erkennt, Herausragendes leistet und rundum überzeugt – und so unersetzliche Marke wird. Die durch Corona ausgelösten Veränderungen schaffen eine einmalige Gelegenheit für neue Angebote, neue Märkte und die bessere Nutzung differenzierender Stärken.

Es gilt deshalb für Unternehmen wie Institution, raschmöglich Klarheit über ihre künftige Ausrichtung und Positionierung zu gewinnen. Diese Klarheit wird in der eigenen Organisation wie in Markt und Kundschaft Vertrauen als kostbarstes Gut in unsicheren Zeiten schaffen.

Für jeden Betrieb ist die Situation spezifisch. Selbst im gleichen Markt unterscheiden sich bei genauer Betrachtung Kompetenzen, Leistungsangebot, Finanzkraft, Krisenmanagement und Kreativität. Das Finden des eigenen Wegs ist deshalb entscheidend.

### ***Lösungsansatz: Eigene Kundschaft als Sensor für die eigene Entwicklung***

Die optimale Nach-Corona-Ausrichtung und -Positionierung baut auf der Vor-Corona-Ausrichtung auf. Sie führt und entwickelt die bestehenden Aktivitäten mit Potenzial weiter, ergänzt sie passend und verabschiedet sich von nicht mehr Gesundem oder durch die Ereignisse hinfällig Gewordenem.

Ihre Kundschaft ist der Schlüssel für eine zielführende Entwicklung. Sie ist durch Umbruch und Corona ebenso in Bewegung und sucht ihren Weg. Genau zu verstehen, welche Veränderung sie anpeilt und welche Rolle sie für die Leistungen Ihres Unternehmens dabei sieht, schafft eine verlässliche Grundlage für strategische Entscheidungen. Auch erfährt man, was die Kundschaft von den Leistungen kennt und besonders anspricht – und damit, wo Kommunikation und Marketing ansetzen können.

### **Paket für rasche strategische Ausrichtung und Marken-Positionierung nach Corona**

#### **Basis: Aus dem fundierten Dialog mit Ihrer Kundschaft verstehen, wofür sie nach Corona bereit ist**

Deep Precision Branding® entwickelt die Lösungen aus in die Tiefe gehenden Analysen Ihrer Leistungsdifferenzierung und -wahrnehmung mittels Kundschaftsdialogen und mit Ihren Akteuren:

- > Innenbasiertes Ergründen der eigenen Leistungen, Stärken, Kompetenzen und deren künftiger Potenziale: Workshop mit dem Führungspersonal, Augenscheine vor Ort (z.B. Produktion, POS), persönliche Interviews mit ausgewählten Schlüsselpersonen entlang der Wertschöpfungskette
- > Persönliche dynamisch-offene Interviews mit Kunden der verschiedenen Kundschaftsgruppen
- > Lösungsentwicklung durch Swiss Brand Experts, interaktive Lösungspräsentationen

#### **Umfeld: Eine verlässliche Vorstellung vom neuen Marktumfeld nach Corona**

Die für Ihr Unternehmen, Ihre Institution relevanten Umfeldentwicklungen werden präzise erarbeitet und geben Ihnen ein klares Verständnis Ihrer künftigen Markt- und Umweltsituation:

- > Wirtschafts-, Ausgabe- und Investitionsklima im eigenen Markt: Worauf sich einstellen, wie beeinflussen?
- > Neue Werte und Themen: Wie sich als Anbieter, wie als Arbeitgeber ausrichten, wie sie nutzen?
- > Entwicklung in eigener Branche/Markt: Welche Veränderungen, Chancen und Herausforderungen, welche neuen Felder und Cluster – was aufnehmen, was nutzen?
- > Corona-Erfahrungen: Welche neuen Wege haben sich bewährt? Welche Erlebnisse und Erfahrungen wirken nach? Was soll bleiben, was für eine Entwicklung genutzt werden?

#### **Kern: Ihre neue Ausrichtung und Positionierung – umsetzbar am Tag danach,**

Für Ihre Nach-Corona-Marktsituation erhalten Sie mit den nachfolgenden Elementen eine konkrete und verlässliche Vorstellung über die entwickelte und geschärfte Ausrichtung und den Weg dorthin:

1. Die neue Positionierung bestehend aus den konkret-präzisen spezifischen Erfolgsfaktoren als Dreh- und Angelpunkt der künftigen Ausrichtung Ihrer Strategie und Marke
2. Eine Beschreibung der strategischen Bewegung und der dafür notwendigen zentralen Realisierungsschritte inklusive eines Plans für deren Realisierung und interne Verankerung
3. Empfehlungen für die kommunikative Umsetzung der geschärfte Ausrichtung und die Ansprache der neuen Kundenbedürfnisse und -sensibilitäten
4. Sofortmassnahmen, mit denen Sie Mitarbeitenden und Kundschaft überraschen und gewinnen

#### **Pakete – Richtgrössen**

- > Kleinere, mittlere Unternehmen/Institutionen: pers. Interviews mit 25-50 Kunden und 3-5 Schlüsselpersonen, 2-3 Augenscheine vor Ort, 3 Workshops, nur Charts, Projektdauer: 3 Monate
- > Grosse Unternehmen/Institutionen: pers. Interviews mit 70-200 Kunden und 5-10 Schlüsselpersonen, 5 Augenscheine vor Ort, 5 Workshops, Charts und Handbuch, Projektdauer: 4 Monate
- > Optional: Interviews in 2-3 zeitlich versetzten Stichproben, um Entwicklungen zu erfassen  
Preise auf Anfrage – bestehende Kunden profitieren von den bereits erarbeiteten Grundlagen.

## **Über Swiss Brand Experts**

Swiss Brand Experts entwickelt seit 15 Jahren auf Basis qualitativer Marktforschung und Datenanalyse Strategien, Positionierungen, Markenarchitekturen und Marketingstrategien für Unternehmen aller Branchen, Institutionen und Standorte (Länder, Kantone, Regionen, Städte, Destinationen). Swiss Brand Experts verfügt über die eigene und geschützte Methode des Deep Precision Branding® und einen Strategie und Marke verbindenden ganzheitlichen Ansatz, beschrieben im Buch «Marken für Menschen» (Autor Thomas Harder, Verlag Versus).

Kontakt:

Thomas Harder

CEO

Telefon 044 445 24 44 / 079 691 08 23

thomas.harder@swissbrandexperts.ch