

Peter Masciadri / Dirk Zupancic

Marken- und Kommunikationsmanagement im B-to-B-Geschäft

Clever positionieren,
erfolgreich kommunizieren



Unternehmensbeziehungsregeln:

- 17 Begleitkommunikation als Chance
- 16 Mut für unverwechselbare Kommunikation
- 15 Success Stories einsetzen
- 14 Buyingcycle begleiten
- 13 Buyingcenter richtig adressieren
- 12 Kernposition mitkommunizieren
- 11 Nutzen eindrücklich vermitteln
- 10 Leistungen klar strukturieren

Sozialtechnikregeln:

- 9 Frequenztechniken verwenden
- 8 Rätsel und Teaser vorsichtig einsetzen
- 7 Emotional kommunizieren
- 6 Präsenzsignale setzen
- 5 Mit Bildern kommunizieren
- 4 Abbruch des Kontakts einkalkulieren

Grundregeln:

- 3 Drei Handlungsebenen etablieren
- 2 Integriert kommunizieren
- 1 Strategisch positionieren