



# COMMUNICATIONS TO SUCCESS

## External Communication Content & Newsletter Process

TEMA Academy

9. Juni 2005



# Konzept TEMA-Newsletter

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- Zielgruppe:
  - TEMA Kunde
  - TEMA „Stakeholder“
  - TEMA Kontakte
- Rubriken:
  - Links
  - Artikel
  - News



# TEMA: Die Links

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- **Inhalt:** Wichtige neue Beiträge und Websites zum Thema Technologie Marketing
- **Beispiel:** Strategische Unternehmen sind erfolgreicher. Eine Studie der Horvath & Partner ergab, dass Unternehmen, die konsequent mit dem strategischen Werkzeug Balance Scorecards arbeiten, schneller wachsen und profitabler sind als ihre Konkurrenten. Zur Studie: [Link zu Horvath&PartnerZiel](#):
- **Ziel:** TEMA kennt sich aus, schaut nach Trends.



# TEMA: Der Artikel

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- **Inhalt:** Strategischer Artikel, Beispielhafte Projekte, Kundenportrait, Portrait Marketingverantwortlicher eines Kunden, zur Lage der Nation
- **Beispiele:** Internet als Mastermedium für Marketingkommunikation, Markenstrategien für KMU, Magic-TEMA integriertes Marketing für Software, usw.
- **Ziel:** Darstellung TEMA Know-how, TEMA als strategisch kompetenter Partner, Formen der Kundenzusammenarbeit



# TEMA: Die News

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- **Inhalt:** Neue Kunden, neue Strukturen, neue Filialen, Neuigkeiten von Kunden, Meldungen als zwei bis drei Zeiler. Etwa so:
- **Beispiel:** Ab Mai übernimmt TEMA die Pressearbeit der Cedavis GmbH, Berlin. Cedavis ist Anbieter von Business-Intelligence-Lösungen und IT-Consulter. Die Cedavis Zielmedien sind IT- und Health-Care-Titel.
- **Ziel:** Darstellung TEMA als prosperierendes Unternehmen



# TEMA Kompetenz

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Komplette Aufgabenstellung von Marketingberatung, Kommunikationskonzept, Medienberatung, kreative Umsetzung, Realisierung, Streuung bis zur Erfolgskontrolle auf globaler Ebene mit lokaler Umsetzung in 12 verschiedenen Sprachen.



# TEMA Zielgruppe

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Unternehmen mit technisch anspruchsvollen Produkt oder Dienstleistungen.

- Wachsende Märkte durch innovative Produkte und zunehmende Anwendungsbreite.
- Abnehmende technische Alleinstellung. Der Verkäufer-Markt verwandelt sich in einen Käufer-Markt.
- Kommunikation wird immer wichtiger, Nutzen, Kompetenz, Vertrauen, Zuverlässigkeit schnell und prägnant gegen den Wettbewerber durchzusetzen.
- Märkte sind durch die Attribute „komplex“, „schnell“ und „global“ geprägt.



# TEMA Mitarbeiter

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Medien-Spezialisten wie Journalisten, Grafiker, Web Designer, Event Manager, zum größten Teil mit Technologie-Ausbildung und langer Erfahrung auf Technologie-Märkten, sowie Marketing-/Kommunikations-Experten





# TEMA Medien

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Pressearbeit, Corporate Design, Anzeigen,  
Internet Auftritt, Event, Vorträge,  
Publikationen, computeranimierte und reale  
Filme.



# TEMA Organisation

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mit 50 Mitarbeitern liegt die Umsetzung in den Händen von ausgesprochenen Experten, die über kurze, direkte Wege synergistisch wirken und so optimale Leistung für den Kunden erbringen.



# TEMA Wettbewerber: Interne „Marketing“ Abteilung des Kunden

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- Marketing ist Synonym für „Werbung, Grafik, Öffentlichkeitsarbeit“. Nicht „Marktorientierte Führung des Unternehmens“, sondern „Produktdarstellung, Unternehmensdarstellung“
- Kommunikation / Kreativität wird nicht als bedeutender Wettbewerbsfaktor gesehen sondern als „Schmückendes Beiwerk / Notwendiges Übel“
- Keine „Marketingstrategie“ sondern sporadische Aktivität
- Marketing-Budgets sind unterdimensioniert



# TEMA Wachstumsstrategie

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- Wettbewerbsvorteil: Bessere Leistung für weniger Geld
  - der Kunde kann eigene kompetente Mitarbeiter nicht wirtschaftlich aufbauen und beschäftigen
- TEMA Wachstumsstrategie: „Sneak In“
  - Start der Geschäftsbeziehung über „günstige“ Einzelkomponenten. Ausbau des Auftragsvolumens über additive Leistung.
- TEMA Kommunikation:
  - Bei bestehenden, wie bei potentiellen Kunden „unbeauftragte Marketingberatung“ wie Wettbewerbsanalyse oder „strategische Beratung“ durch Kundenbetreuer und Top Management, plus Darstellung der TEMA Potentiale bei allen Veröffentlichungen (Internet Auftritt, newsletter, Präsentationen, Presseveröffentlichungen, Veranstaltungen)



# TEMA Wettbewerber: Agenturen

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- Kleine Agenturen können die integrierte Kompetenz nicht erbringen.
- Große Agenturen sind auf Massenmärkte eingestellt und kennen weder die Technik selbst, noch die speziellen B2B. Sie haben darüber hinaus in der spezifischen Leistung zu hohe Overhead Kosten.



# TEMA Wettbewerber sind die Wettbewerbsagenturen

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- TEMA Strategie:
  - Bessere Qualität zum vergleichbaren Preis.
- Kommunikationsstrategie:
  - In jedem Einzelbereich groß genug, professionelle Spezialisten zu beschäftigen (Grafik, Text, Film, Event).
  - Leistungsportfolio umfassend genug, wachsenden Kundenbedarf abzudecken.
  - Perfekte Größe, um interaktive Netzwerke aus den Spezialisten zu bilden.
  - Spezialisiert auf Technisches Marketing, spricht die (technische) Sprache, beherrscht die spezifischen Instrumente.
  - Globale Ausrichtung, Märkte sind nicht lokal.
  - 11 Jahre Erfahrung.
  - Beherrscht Marketing-/ Kommunikationsstrategie und setzt Medien zum Erfolg der Kunden ein.



# Positionierung

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

TEMA ist die Firma, die die Marktziele der Technologiekunden mit Kommunikationsmitteln besser löst als jeder andere, denn



# Reason for Superiority

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- TEMA geht von einem ganzheitlichen Marketing Ansatz aus.
- TEMA kann alle Medien professionell bearbeiten.
- TEMA hat 11 Jahre Technologie Erfahrung.
- TEMA erschließt Synergien zwischen 50 Spezialisten.
- TEMA setzt mit 12 Muttersprachen lokal perfekt um.





# Proof for Superiority

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- TEMA wächst um 20% pro Jahr.
- TEMA gewinnt kontinuierlich neue Kunden.
- TEMA baut ihre Umsätze mit etablierten Kunden konsequent aus.
- TEMA schließt Kundenprojekte äußerst erfolgreich ab.
- TEMA wird von Kunden, wie Externen geehrt / zitiert / besucht.
- TEMA kann vorbildliche Beispiele aufweisen.



# Forderung an die Mitarbeiter

## COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- Jede TEMA Darstellung, wie Kunden-Präsentation, Pressemitteilung, Öffentlichkeits-Auftritten, Web-Auftreten, Newsletter unterstützt dieses Firmenimage.
- Kunden, existierenden und potentiellen werden bestätigt, die richtige Firma gewählt zu haben.
- Jede TEMA Darstellung ist daraufhin zu prüfen, wie sie die Positionierung untermauert.



# TEMA Newsletter Organisation COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- Task Force M. Rakers (Leitung), H. NN
- Redaktionsplan 2005 / 06
  - Ablaufprozedur für einzelnen Newsletter
    - Timing
    - Verantwortlichkeiten
  - Pilotprojekt Newsletter 3/05