



# Case Study: Brandstory

Warum soll ich Sie und nicht Ihren Wettbewerber beauftragen?

Best Practice Business Podcast

# 1

## Warum soll ich Sie und nicht Ihren Wettbewerber beauftragen?

- > Die meisten Unternehmen beschreiben sich aus der “Wir-Perspektive”
  - > Wir sind ...
  - > Wir machen ...
  - > Wir produzieren ...
  - > Wir realisieren ...
  - > Wir bieten ...
  - > Wir bewegen ...



- > Meist austauschbare Aussagen.
- > “Wir” stehen im Mittelpunkt, nicht der Kunde.
- > **Kundenperspektive und Kundennutzen fehlen.**
  - > Kann mir dieses Unternehmen mir helfen?
  - > Hat dieses Unternehmen die passenden Lösungen?
  - > Kann sich das Unternehmen in meine Situation hinein versetzen und kennt meine Pain-Points?

Brandstory zeichnet aus durch:

- > Den übergeordneten Gedanken, das „Why“ von Simon Sinek
- > Den Sinn und Zweck des Unternehmens und
- > **Die Kundenperspektive.**
- > Der Nutzen und die Vorteile, die man seinen Kunden bringt.



Brandstory ist wie ein Elevator-Pitch

- > Der Kundennutzen muss in max. 60 Sekunden deutlich werden
- > warum dieses Unternehmen,
- > warum diese Produkte
- > warum diese Dienstleistungen

**Die Brandstory muss eine kundenorientierte Antwort auf die Frage „Warum soll ich Sie und nicht Ihren Wettbewerber beauftragen?“ liefern.**

# 3

## Der Kundennutzen von diesem Podcast

- > Fallbeispiele nicht nur anhören
- > Podcast auch als Präsentationsvideo/Videocast auf YouTube
- > Präsentation kann auch als PDF-Datei heruntergeladen werden.



- > Präsentation kann als „Lernhilfe“ eingesetzt werden.
- > Kontaktdaten am Ende jeder Präsentation für Rückfragen oder konkrete Unterstützung

Young Digitals macht Ihr Unternehmen und Ihre Teams digital fit. Mit digitalen Lösungen. Und vor allem: wir befähigen Ihre Mitarbeiter durch „Training on the Project“, die digitale Zukunft Ihres Unternehmens selbstständig voran zu treiben.

Digital funktioniert nur analog. Mit ausgewählten Teams Ihrer Mitarbeiter. Wir versetzen diese Teams in die Lage, digitale Modelle, Prototypen oder Apps zu entwickeln – nicht abstrakt, sondern für Ihr Unternehmen. Für neue, smarte Produkte. Für HR-Prozesse. Oder um Ihre bestehenden Produkte und Dienstleistungen digital aufzuladen. Und selbstverständlich nehmen wir Ihre Mitarbeiter mit, wenn die globale Digitalisierungsstrategie entwickelt wird.



- > Statt „wir, wir, wir“ direkte Ansprache
  - > Ihr Unternehmen
  - > Ihre Teams
- > Kundenperspektive: Wir zeigen Ihnen, wonach Sie suchen (könnten)
  - > Digitale Lösungen
  - > Entwicklung von Prototypen, Apps oder neue smarte Produkte
  - > Bestehende Produkte oder Dienstleistungen werden digital aufgeladen
  - > Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie
  - > Schulung und digitale Befähigung von Mitarbeitern

# 5

## Der besondere Kundennutzen

- > Kundenunternehmen und die Mitarbeiter des Kunden werden digital fit gemacht
- > In einem Abwasch – „on the Project“



- > Ein Projekt liefert ein doppeltes Ergebnis
  - > Eine digitale Lösung für das Unternehmen
  - > Digital befähigtes Kunden-Team
- > Mitarbeitende müssen nicht zusätzlich in abstrakten Seminaren geschult werden, sondern werden im Rahmen eines unternehmenseigenen Projektes digital befähigt.
  - > Hohe Motivation, Verständnis und Identifikation der Mitarbeitenden

# 6 Aufbau des Workshops, um die Brandstory zu entwickeln

1

## Warum arbeitet Ihr für YODI?

- › Wichtiger Eckpunkt für die Brandstory

2

## YODI (unser Unternehmen)

- › Was ist YODI?
- › Leistungen
- › Stärken
- › Schwächen
- › USP
- › Mission
- › Vision
- › YODI tomorrow

3

## Klienten

- › Digitale Ziele
- › (Digitale) Bedürfnisse
- › Pain Points
- › Anforderungen an Dienstleister
- › Was steht für Klienten auf dem Spiel?
- › Welche Lösungen bietet YODI

**Abschließend wurden die Antworten gewichtet**

# 7 Worauf ist bei der Entwicklung einer Brandstory zu achten

1

## Den Kunden in den Fokus setzen.

- › Zeigen Sie, dass Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden verstehen und Ihnen deutlich machen, welchen Nutzen Ihr Unternehmen den Kunden bringt.

2

## Alle Mitarbeiter sollten die Brandstory kennen

- › Nicht nur Sales und Marketing
- › Jeder Mitarbeiter ist ein Botschafter Ihres Unternehmens
- › Wenn jeder die Brandstory kennt, kann jeder eine Antwort auf die Frage geben: „Warum soll man sich für Ihr Unternehmen entscheiden und nicht für Ihren Wettbewerber?“



- > Andreas Hildebrand
- > [info@bpb-podcast.de](mailto:info@bpb-podcast.de)
- > +49 30 20654817



- > Ich freue mich darauf von Ihnen zu hören, wenn Sie Fragen haben oder ich Sie bei der Entwicklung Ihrer Brandstory unterstützen kann.
- > Ein Blick von außen kann nie schaden.