

Trends und Entwicklungen in der Unternehmens- und Kundenkommunikation

- Ein Ausschnitt aus unseren Präsentationen -



Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement



Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement

Die „Sieben >i<-Formel“

- ➔ Identität / Persönlichkeit und Positionierung
- ➔ Individualität / Relevanz
- ➔ Involvement / emotionale Loyalität
- ➔ Interaktivität / Dialogorientierung
- ➔ Intensität / Begeisterungspotential
- ➔ Innehalten / Zuwendungswürdigkeit
- ➔ Intermedialität / crossmediale Einbettung





Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement

Bildsprache wirkt besser



BEST
CP

Das Geheimnis der braunen Bohne

Wofür ist meine Bohne genau? Woher stammt sie? In welchem Land? Und wie wird sie verarbeitet? Das sind die Fragen, die Sie sich stellen sollten, wenn Sie sich für die Welt der Kaffeebohnen interessieren.



Die Arabica-Bohne

Die Arabica-Bohne ist die hochwertigste und am häufigsten verwendete Kaffeebohne. Sie ist bekannt für ihren milden, süßlichen Geschmack und ihre hohe Kaffeingehaltsdichte. Sie wächst in den Hochlagen der Tropen und Subtropen.

Die Robusta-Bohne

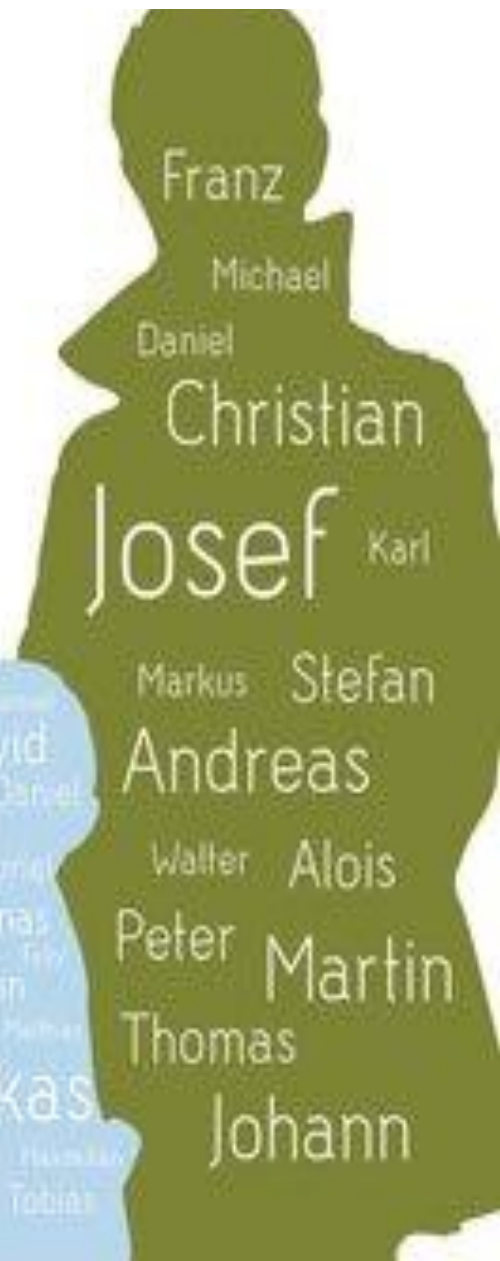
Die Robusta-Bohne ist die zweitwertigste Kaffeebohne. Sie ist bekannt für ihren starken, bitteren Geschmack und ihren hohen Kaffeingehaltsdichte. Sie wächst in den Tieflagen der Tropen.

Die Kaffeebohne ist ein Kapselkaffee, der aus 100% Arabica-Bohnen besteht. Er ist ein Kapselkaffee, der aus 100% Arabica-Bohnen besteht. Er ist ein Kapselkaffee, der aus 100% Arabica-Bohnen besteht.

Infografik statt Text

zwölf und Eve von Maria und Joseph

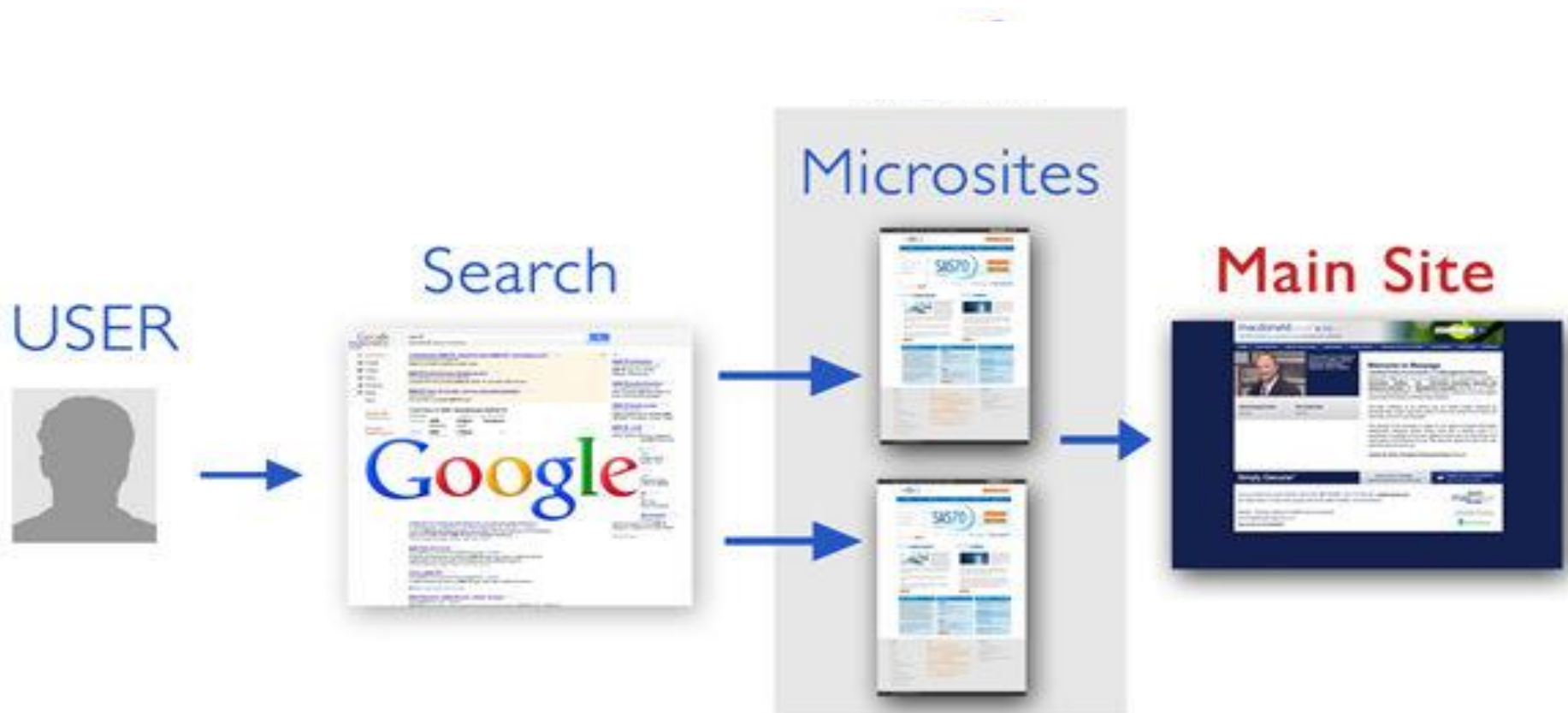
Übersetzt von Wikipedia: Die zwölf Apostel (links) werden in Maria (Mitte) und Joseph (rechts) dargestellt. Die zwölf Apostel sind die zwölf Jünger Jesu Christi in der Bibel. Die zwölf Apostel sind die zwölf Jünger Jesu Christi in der Bibel.





Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement

Homepages verlieren an Bedeutung



Typische User-Einstiege



55% Microsite

15% Homepage

35% Landing Page



Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement

Emotionalisierung

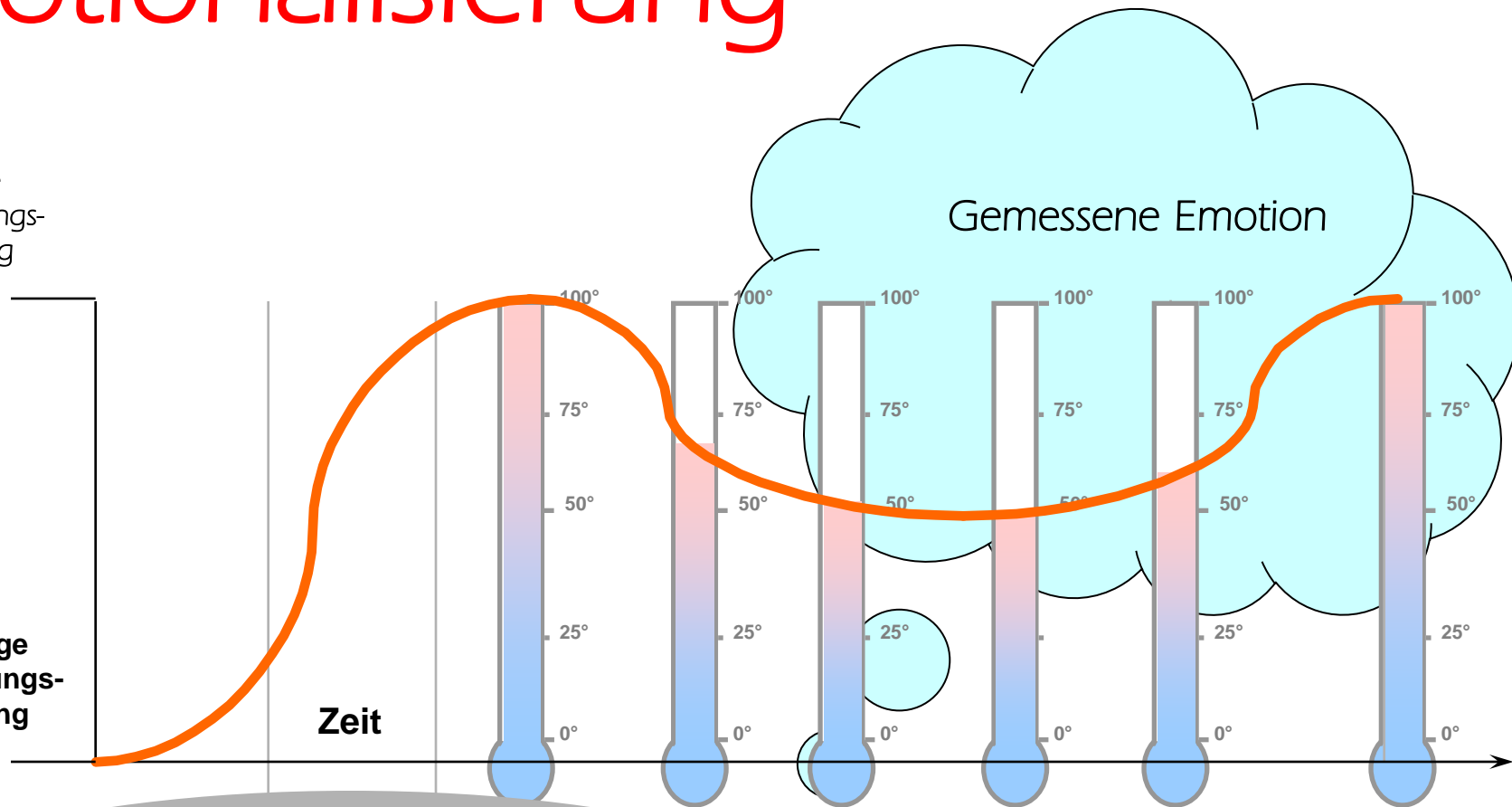
Das Potenzial steckt in der
Emotionalisierung von Inhalten und
der damit verbundenen unbewussten
Wahrnehmung von
Marken-Botschaften.



Emotionalisierung

Hohe
Erinnerungs-
leistung

Geringe
Erinnerungs-
leistung



Lassen Sie Ihre Kunde
mit allen Sinnen erleben!



Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement

Grafik-Design-Trend: Responsive Logos

The standard Google logo, consisting of the word "Google" in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red).

Responsive Logos



CHANEL



CHANEL

CHANEL



WALT DISNEY

DISNEY



Heineken®





Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement

Lesson to Learn

Dort auffindbar zu sein, wo die Kunden unterwegs sind:

- Google-Suchergebnisse
 - Websites im Internet
- YouTube und andere Soziale Medien
 - Smartphone und / oder Tablet



Lesson to Learn

Content anbieten,
den die Kunden auch suchen:

- Erkenntnisse und Testergebnisse
 - Fakten und News
 - Kunden-Erfahrungen
 - Kunden-Bewertungen
- Videos, Infografiken und Bilder



Lesson to Learn

Die Emotionen
des Lesers / Users
noch viel mehr
als die Ratio der Kunden
ansprechen



Lesson to Learn

Die Interessenten lenken,
aber nie zwingen.

Den Interessenten Appetit machen,
aber kein Hard Selling.

Die Kunden emotionalisieren
statt nur informieren.





Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement

Sie interessieren sich
für die rasche Umsetzung
relevanter Trends
in Ihrem Unternehmen?

Dann nehmen Sie
unter info@eifk.de
ganz unverbindlich
Kontakt mit uns auf!

