

Mit Kompetenz punkten statt über den Preis zu verkaufen.

➔ mobil Kunststoffprofile präsentiert  
«Ideen, die sich auszahlen».



Seit vielen Jahren entwickelt und produziert mobil Kunststoffprofile, ein Geschäftsbereich der mobil Werke AG, erfolgreich kundenspezifische Profile und Dichtungen für anspruchsvolle Anwendungen. Vor einem Jahr stellte sich eine Herausforderung, die viele Schweizer KMU kennen: Wie präsentiert man sich am wirkungsvollsten unter den gegenwärtigen Marktbedingungen, wenn man nicht der Preisführer ist?

Die Antwort gibt das Leistungsversprechen der Marke, das zusammen mit der E,T&H entwickelt wurde. Schritt für Schritt identifizierten Geschäftsleitung und Verkaufsteam die Vorteile, die für den Kunden relevant und im kompetitiven Umfeld **differenzierend** wirken: System- und Wertanalysen, hohe Kompetenz in der Materialwahl und Verfahrenstechnik sowie flexible Inlinebearbeitung und Konfektionierung. Aus diesen Mehrwerten entstand der neue Claim «**Ideen, die sich auszahlen**». Denn mobil Kunststoffprofile macht Kunden erfolgreicher – nicht mit den tiefsten Preisen, sondern mit durchdachten Gesamtlösungen, welche die Systemkosten («total cost of operation») senken oder den Mehrabsatz beim Kunden fördern.

Auf Basis dieser geschärften Positionierung realisierte E,T&H dann Kommunikationsmittel, die das Verkaufsteam pragmatisch unterstützen und eine stringente **Markenstory** sicherstellen. Dazu gehören unter anderem **Praxisbeispiele**, welche die Lösungskompetenz von mobil Kunststoffprofile eindrücklich aufzeigen. Oder eine **PowerPoint-Präsentation inklusive Leave-Behind**, welche die Kompetenzen der Marke veranschaulichen und Ideen zur Zusammenarbeit anstossen.

Zudem dient die neue **Website** während der Akquisitionsphase als Informationsplattform. Sie wurde bewusst aus der Perspektive potentieller Kunden entwickelt und stellt Praxisbeispiele, Funktionalitäten und Kompetenzen mit Mehrwert für den Kunden in den Fokus. Zusätzlich motivieren Aktions- und Kontaktfelder zum Dialog und dienen der Wirkungsmessung. Bei **Google Analytics** zeigt sich klar und deutlich, dass sich mit Substanz hervorragend punkten lässt: Die Praxisbeispiele sind die meistbesuchten Inhaltsseiten und die Verweildauer auf der Website unseres Kunden hat sich signifikant erhöht.

Möchten auch Sie in Ihrem herausfordernden Marktumfeld so differenzierend und damit erfolgreich kommunizieren, wie mobil Kunststoffprofile es tut? Wir sind bereit!

Axel Thoma, Leiter Strategie

**E,T&H Werbeagentur AG BSW**  
Starke Botschaft. Starke Wirkung.