

Machen Sie es neuen Kunden leichter mit Ihnen in's Geschäft zu kommen

Marketinglösungen, ideenreiche Werbung
und Content für Technologie-Unternehmen
in Business-to-Business-Märkten

KURZPORTRAIT



BÜRO FÜR B2B-MARKETING, WERBUNG UND B2B-CONTENT.

Die langjährige Erfahrung unseres Büros mit Business to Business Märken ist eine gute Voraussetzung. Dennoch: für die Entwicklung überlegener B2B-Marketing-Kommunikation ist die Einarbeitung in das spezielle Thema eines neuen Kunden unerlässlich. Das macht bei FRIENDS OF BRANDS Jesse Meyer-Arndt selber. Markenstrategische und kreative Konzepte stammen aus seiner Feder, in der Umsetzung unterstützt von externen FRIENDS. Allesamt erfahrene Spezialisten ihres Fachs.

Wie alles begann

1993 - Jesse Meyer-Arndt, Dipl. Kommunikationswirt, Texter und zuletzt Kreativ Direktor bei Springer & Jacoby gründet die Meyer-Arndt Werbeagentur. 1996 Umzug in die Hamburger Speicherstadt. Anfang 2001 Umbenennung in FRIENDS OF BRANDS und Weiterentwicklung des Schwerpunkts Kommunikation für Technologiemarken in B2B-Märkten.



Viel früher

Jesse Meyer-Arndt 1982: Ogilvy & Mather, Frankfurt: Texter für Ferrero, Avon. 1985: Michael Conrad & Leo Burnett, Group Head für Tapeten-Gemeinschaftswerbung*, Procter & Gamble, Rémy Deutschland, Neckermann, Fiat*. 1990: Lintas, Hamburg: Group Head für Telekom*, Gelbe Seiten*, Holsten. 1991: Springer & Jacoby, Kreativ Direktor für IBM*, Der Spiegel, Swatch Eyes. -

*nationaler und/oder internationaler Creative Award.

**Komplexes wird plausibel.
Austauschbares wird Marke.**

Marken-Lösungsangebote - statt - fremdbestimmter Ausschreibungen

In B2B-Märkten möchte das Einkaufs-Team auf Kundenseite die Ausschreibung auf vergleichbare Fakten reduzieren: Leistungs-spezifikationen, Lieferkonditionen, MRO-Leistungen, Preis. Sie der Verkäufer wollen sich aber vom Wettbewerb abheben, um möglichst wenig unter Preisdruck zu geraten. Wir entwickeln zusammen mit Ihnen ihr schwer ersetzbares Markenangebot.

Emotionale Produktwerbung - statt - reiner Spezifikationsbericht

Neue Leistungen und Produktvorteile entdecken, weiterentwickeln und überzeugend darstellen. Dafür entwickeln wir product selling ideas die Ihre Unternehmensleistungen auch für Nichtfachleute unter Ihren Kunden kompetent und visuell überzeugend auf den Punkt bringen. Emotionale Produktwerbung die Ihren Vertrieb unterstützt und die sich Ihre Kunden merken.

Aktive Kunden-Akquise - statt - auf Anfrage-reagierender Vertrieb

Das Internet ist in B2B-Märkten inzwischen der wichtigste Kanal für Leads potenzieller Neukunden. Besonders für technologie-orientierte Industrieunternehmen, die international verkaufen, ist die Suche über Fachbegriffe im Internet die große Verkaufschance. Wir realisieren für Sie online-Mediakampagnen in Suchmaschinen und relevanten online-Katalogen.



**Business-to-Business
auch in Zukunft
Mensch-zu-Mensch**

Werbung für erklärungsbedürftige technische Leistungen in B2B-Märkten funktioniert anders als Werbung für Konsumgüter.



Und warum Kekse bei uns an Bord so wichtig sind.

Je mehr wir über die Produkte und Märkte des Kunden wissen, um so besser für den Kunden. Deshalb höre ich zu, gestärkt durch viele Kekse, stelle Fragen und lerne hinzu - zu dem, was ich über Kaufprozesse in Industriemärkten schon weiß. Denn technologische Produkte und Dienstleistungen in B2B-Märkten sind komplex:

- sie sind in der Regel erklärungsbedürftig und informationslastig
- es gibt selten spontane Kaufentscheidungen
- sie haben oft mehrstufige Distributionswege über Ländergrenzen hinweg
- Technologie unterliegt einem permanenten Wandel
- die Angebote richten sich an Fachleute und Nichtfachleute im Entscheider-Team des Kunden
- oft besteht eine lange Liefer- und Ersatzteilabhängigkeit
- viele Produkte brauchen hochqualifizierten Service

Geben Sie Ihrer B2B-Marke auf dem Weg zur Kundschaft ein First Class Ticket.

- B2B-Produktkommunikation
- Corporate Design Entwicklung / Logoentwicklung
- Web Site-Konzepte inkl. Realisation
- online Lead-Generierung / online media
- Empfehlungs-Marketing
- Markenberatung B2B-Unternehmen
- Texte (wie vom sprachbegabten Ingenieur)
- Case Studies
- Vertriebs-PowerPoint-Präsentation
- Film / Bewegtbild

5



Zünden Sie

Stufe 2 im B2B-Marketing

Stufe 1:

Standard-B2B-Kommunikation

Basis-Treibstoff-Mix:

- Website
- Produktprospekt
- Firmenbroschüre
- Messestand

Stufe 2:

vertriebsdynamische B2B-Marken-Kommunikation

Performance-Treibstoff-Mix:

- Content-starke, SEO-gepflegte Website, skalierbar für Smartphone-Anwendung
- Online-Lead-Generierung über Branchen-Plattformen/B2B-Katalogen, Google-SEA
- attraktive Verkaufsliteratur die komplizierte Technik einfach und plausibel darstellt
- Facts & Figures Vertriebsansätze übersetzen in Produktvorteile und Kundennutzen
- bessere B2B-Texte: fachlich kompetent, überzeugend und gut geschrieben
- Case studies/Testimonial Case studies
- aktiver Messestand (Einladungs-Mailing, Event auf Messestand, Nachfassaktion)
- Sales tools zur Unterstützung des Vertriebs und internationaler Distributoren
- Workshop zur Entwicklung der Unternehmensmarke
- Social Media Aktivitäten für große Mittelständler

Erst Stufe 2 bringt Sie weiter im B2B-Marketing:

- die Nachfrage der Märkte auf sich ziehen und im Moment des Bedarfs präsent sein
- Bildung einer begehrten B2B-Unternehmensmarke
- den potenziellen Kunden lösungsorientiert abholen in seiner Welt/Branche/Anwendung
- Steigerung der Attraktivität für neue, gesuchte und hochqualifizierte Mitarbeiter

