

MARKE DES MONATS: AMAG

Mehr als ein neues Logo

VON STEFAN VOGLER

DER AUTOR



Stefan Vogler berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.

www.markenexperte.ch

Marke des Monats im November 2013:



www.amag.ch

Frühere Zeiten waren goldene Zeiten für Garagen. Der örtliche Garagist genoss das Vertrauen seiner Kundschaft. Seine Beratung und Empfehlung, bis hin zum Kauf einer bestimmten Marke wurde geschätzt. Wechselte er die Vertretung, war der nächste Autokauf vorprogrammiert, denn die meisten Kunden setzten voll und ganz auf seine Kompetenz. Wenn er auch noch sympathisch war und einen guten Service zu einem angemessenen Preis geboten hat, war die Automarke für viele sekundär.

Heute präsentiert sich dieser Markt komplett anders. Das Markenvertrauen steht im Zentrum. Es generiert nicht automa-

tisch Garagistenvertrauen. Autobesitzer sind bestens aufgeklärt und ziemlich ausgeschlafen. Sie evaluieren vor einem Autokauf bis ins kleinste Detail und wissen haargenau, was ihr Herz begehrt und ihr Verstand verabschiedet. Für sie gilt der Grundsatz «Jeder Markenentscheid fällt emotional, aber braucht eine rationale Begründung». Preisvergleiche sind an der Tagesordnung. Kaum jemand scheut den Blick oder die Wochenend-Suchfahrt ins benachbarte Ausland. Hinzu kommt die legitime Strategie der Hersteller, ihre Marke stringent bis zum Verkaufspunkt zu präsentieren. Wie bei Luxusgütern betreiben die Auto-

marken zunehmend ein eigenes Vertriebsnetz. Zu guter Letzt verdienen Händler aufgrund schmaler Margen kaum mehr etwas mit Neuwagenverkäufen. Der gute, altgediente Garagist steht unter Druck und lebt im Grunde vom Service, als zentrales Kundenelement. Immer mehr kaufen ihr Auto andernorts und bringen es danach in die Garage ihrer Wahl, vielleicht sogar ihres Herzens.

Vor diesem Hintergrund erstaunt es nicht, dass die grosse und bekannte AMAG sich grundsätzlich neu ausrichtet und ihre Kulturveränderung vom althergebrachten Autohändler zum «Top Service Provider» mit einem Re-Design sichtbar macht. Allein der Abschied vom alten Logo mit zwei Rädern hin zum schlichten Schriftzug amag und einer emotionalen Markenbild-

welt signalisiert den Aufbruch zum neuen, total kundenorientierten Selbstverständnis.

«Erfolg ist, wenn wir die Augen unserer Kunden zum Strahlen bringen.» Solche Ziele treiben die «neue amag» an und sind eine gute Botschaft für Kunden der hierzulande beliebtesten und meistverkauften Marken wie VW oder Audi. Ein Markenversprechen nach aussen zu kommunizieren ist das eine und relativ Einfache, es im Marken- bzw. Kundenerlebnis zu beweisen das viel Schwierigere. Dazu braucht es tägliche Führungs- bzw. Kulturarbeit nach innen. Den ersten Schritt hat die amag strategisch richtig aufgegleist, kreativ gut konzipiert und mustergültig realisiert. Was bleibt, ist die Knochenarbeit um die Gunst der Kundenherzen.

Anzeige



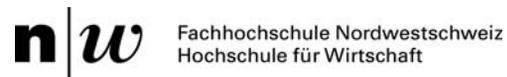
VERANSTALTUNGEN

24.10.2013 KMU SWISS Infotable; «Von Print zu Online», Was ist Online-Werbung? Was sind Page Impressions? Was ist eine Display-Werbung? Haben Sie den Überblick verloren? Die Neue Zürcher Zeitung verrät Ihnen die wichtigsten online Massnahmen, die Sie wirklich für die Kundengewinnung im Internet benötigen!

25.10.2013 KMU SWISS Golfweek; «8 Tage Golf, Spass, Erholung und Networking!» Entfliehen Sie den kühlen Herbsttagen unserer Region und spielen Sie Golf im warmen und sonnenverwöhnten Marokko!

12.11.2013 KMU SWISS Stammtisch; «Steuerfallen beim Verkauf von Kapitalgesellschaften», Worauf müssen wir achten, um beim Verkauf eines Unternehmens letztlich zu einem steuerfreien Kapitalgewinn zu gelangen?

Weitere und detaillierte Informationen finden Sie auf www.kmuswiss.ch

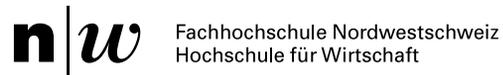


CAS Innovationsmanagement

Ziel des CAS ist es, die Innovations- und Marktfähigkeit einer persönlichen Business-Idee zu prüfen und ihre Umsetzung für das Unternehmen anhand eines Businessplanes zu erarbeiten.

Studienbeginn: 9. Januar 2014 in Brugg (10 Kurstage)

Infos: adrian.sidler@fhnw.ch, T +41 79 797 42 24
www.fhnw.ch/wirtschaft/weiterbildung



Weiterbildung Wirtschaftsinformatik

Auch im Frühling 2014 bieten wir wieder ein breites Spektrum an Weiterbildungsprogrammen an.

Jetzt informieren:

www.fhnw.ch/wirtschaft/weiterbildung/wirtschaftsinformatik