



Die ServiceMarke
Leitbetrieb -
der einzigartige USP
für Ihr Unternehmen!



www.leitbetrieb.com

Die ServiceMarke Leitbetrieb - der einzigartige USP für Ihr Unternehmen

- Warum ein verkaufstarkes Alleinstellungsmerkmal für Unternehmen gerade heute unverzichtbar ist
- Wie Sie sich wirkungsvoll von der Konkurrenz abheben und vor Preiskämpfen schützen
- Weshalb außergewöhnliche Servicequalität als USP besonders überzeugend wirkt
- Warum es so wichtig ist, den USP wirkungsvoll zu kommunizieren
- **PLUS:** Wie einfach es die ServiceMarke Leitbetrieb für Sie macht, Ihren USP ganz klar zu zeigen



Leitbetrieb
Österreich



Leitbetrieb
Deutschland

Neue Leitbetriebe im Monat März '19



Neuhofen im Innkreis (A) - Walter Pur gründete PW Musikagentur im Jahr 1987. Das Unternehmen bietet für jeden Anlass und jede Zielgruppe das passende Entertainment ... [weiterlesen](#)



Vorchdorf (A) - Die Firma 3W Handelsgesellschaft wurde im Jahr 1998 von Walter und Gabriele Weishäupl gegründet und hat sich auf den Handel mit Maschinen, Ersatzteilen ... [weiterlesen](#)



Lohnsburg (A) - tilo verarbeitet seit 1950 hochwertig, natürliche Rohstoffe zu ganz besonderen Produkten. Damals als Tischlerei Lohnsburg, heute als international ... [weiterlesen](#)



Gunskirchen (A) - Die Firma HotSpring Austria Vertriebs GmbH ist seit 2004 für Österreich Generalimporteur der portablen Whirlpools für Haus- und Garten ... [weiterlesen](#)

Eine Übersicht aller Leitbetriebe finden Sie [hier](#).



Sehr geehrte Unternehmerinnen,
sehr geehrte Unternehmer,



USP – an diesen drei Buchstaben kommt heute kein Unternehmen vorbei, wenn es dauerhaft Erfolg haben will. Hinter dem Begriff Unique Selling Point (oder auch Unique Selling Proposition) steckt nicht mehr und nicht weniger als die entscheidende Antwort auf die Kundenfrage: Warum soll ich eigentlich ausgerechnet bei Dir kaufen und nicht woanders?

Die überzeugendste Antwort darauf lautet: Weil du, lieber Kunde, bei uns etwas erhältst, was einzigartig ist. Weil wir Dir einen Nutzen bieten, den du nirgendwo sonst findest. Weil wir es nicht so machen wie alle anderen, sondern besser.

Diese Einzigartigkeit – eben den USP – fokussiert auf den Punkt zu bringen und überzeugend nach außen zu tragen, ist heute wichtiger denn je. Wer angesichts gesättigter Märkte und oftmals austauschbarer Angebote beliebig bleibt, hat schon verloren: Er wird nicht mehr wahrgenommen und versinkt in einem „Meer der Gleichförmigkeit“, wie es ein deutscher Wirtschaftsexperte ausdrückt. Wer so handelt, steckt fest in einem Umfeld, wo für den Kunden letztlich der niedrigste Preis den Ausschlag gibt.

Exzellenter Service ist ein starker USP. Daher ist das Prädikat „Leitbetrieb“ eine wertvolles Alleinstellungsmerkmal, um sich unverwechselbar zu positionieren und sich klar vom Mitbewerb zu differenzieren. Mehr zu diesem lohnenden Thema lesen Sie in dieser Ausgabe des ServiceLetters – ich wünsche Ihnen wie immer eine anregende und nutzbringende Lektüre!

Erich Stadler
Unternehmensgründer der Akzeptia Group
Initiator der ServiceInitiative Leitbetrieb



Einzigartig statt austauschbar: Ihr USP macht den Unterschied

Ein überzeugendes Alleinstellungsmerkmal ist die wirksamste Strategie, um sich nicht an ruinösen Preiskämpfen beteiligen zu müssen. Denn es macht sich bezahlt, einzigartig zu sein.

Nur einer von vielen zu sein: Das ist zu wenig. Gerade in einer Zeit, in der Märkte immer gesättigter, Produkte und Dienstleistungen immer austauschbarer werden und der nächste, womöglich billigere Anbieter immer nur einen Mausklick entfernt ist.

Wer in diesem harten Wettbewerb nicht mit einem einzigartigen Nutzenversprechen punkten kann, hat schlechte Karten. Aus einem einfachen Grund: **Ist für die Kunden kein besonderer, unverwechselbarer Unterschied zwischen den Angeboten zu erkennen, entscheidet in den allermeisten Fällen der Preis. Sie wählen den billigeren Anbieter.**

Der USP – jener Punkt, der ein Produkt, eine Dienstleistung einzigartig macht – schafft diesen Unterschied. Damit wird er für jedes Unternehmen, ob Kleinbetrieb oder Konzern, zu einer entscheidenden und langfristig überlebenswichtigen Eigenschaft. Nur wer nicht austauschbar ist, kann sich klar positionieren und dauerhaft von der Konkurrenz abheben.

Bessere Preise, höhere Margen

Einzigartiger Kundennutzen führt zu überzeugten, loyalen und im besten Fall begeisterten Kunden, für die der Preis als Entscheidungskriterium in den Hintergrund rückt. So lassen sich auch auf umkämpften Märkten deutlich bessere Margen erzielen.



Was aber ist ein überzeugender USP? Solide Produkt- bzw. Dienstleistungsqualität allein ist dafür meist zu wenig, denn Qualität ist heute weithin selbstverständlich. Sie ist Grundvoraussetzung, nicht USP. Doch auch nicht alles, was einzigartig erscheint, ist automatisch schon ein USP: Entscheidend ist der Nutzen, den der Kunde für sich darin erkennt und von dem er überzeugt ist. Das kann die neueste, innovative Technologie ebenso sein wie die bewusst nachhaltige Herstellung, die außergewöhnliche Lebensdauer und vieles mehr. Nicht selten erwächst die Einzigartigkeit auch aus einer Kombination verschiedener Stärken.

Die Kundensicht entscheidet

Ob etwas tatsächlich ein USP ist, entscheidet letztlich nicht die Marketing-Abteilung: Es entscheiden die Kunden. Sie müssen es als einzigartig empfinden. Daher sind Unternehmen gut beraten, ihren USP stets aus Kundensicht zu betrachten und zu beurteilen – so wie man das Etikett einer Flasche nur von außen gut erkennt, nicht von innen.

Gerade weil die Kunden entscheiden, ist exzellente Servicequalität ein starker USP. Kompetente Beratung, zuverlässige Betreuung, zuvorkommende und freundliche Ansprechpartner: Service bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten und Anknüpfungspunkten, um Unternehmen einen überzeugenden und obendrein äußerst sympathischen USP zu verschaffen. Damit ist Top-Service eine der treffendsten Antworten auf die alles entscheidende Kundenfrage, warum sie bei Ihnen kaufen sollen – und nirgendwo sonst.

Machen auch Sie Servicequalität zu Ihrem USP – als Leitbetrieb der ServiceMarke!



Leitbetrieb: So bringen Sie Ihren Service als starken USP auf den Punkt

Was hilft es, einzigartig zu sein, wenn niemand davon weiß? Jeder USP muss auch wirkungsvoll kommuniziert werden. Das Prädikat „Leitbetrieb“ verdeutlicht das Alleinstellungsmerkmal Top-Service schlüssig und unübersehbar.

In der digitalen Welt sind die Märkte transparent wie nie zuvor. Informationen über zahllose Unternehmen, Produkte und Preise sind jederzeit abrufbar. Das bedeutet für jedes Unternehmen eine Herausforderung und zugleich eine Riesenchance: Hohe Kundenorientierung ist – als Gegenpol zur anonymen, gesichtslosen Online-Service-Wüste – ein unverwechselbarer „Fingerabdruck“ und damit ein optimaler USP.

Gerade für kleinere und mittlere Unternehmen bietet Service die Chance, sich durch ein unnachahmliches Profil positiv von der Masse der Mitbewerber abzuheben. Service als USP trägt maßgeblich dazu bei, das eigene Angebot an Produkten oder Dienstleistungen buchstäblich aufzuwerten und wertvoller zu machen, indem sich damit bessere Preise erzielen lassen.

Service als das gewisse Extra

Doch selbst der beste USP ist nur so gut wie seine Wahrnehmung durch die Kunden bzw. am Markt. Es reicht nicht aus, Servicequalität als das gewisse, unnachahmliche Extra zu bieten, wenn dieser USP nicht zugleich auch über sämtliche Kommunikationskanäle bekannt gemacht und immer wieder betont wird. Es kommt ganz wesentlich darauf an, diese Einzigartigkeit anschaulich herauszuarbeiten und wirkungsvoll nach außen zu tragen – konsequent und permanent.



Doch wie lässt sich der USP „Servicequalität“ klar, verständlich und umfassend präsentieren? Wie lässt er sich so zeigen, dass er auf einen Blick erfasst werden kann? Und nicht zuletzt: Dass er schlüssig und glaubhaft ist?

Am besten mit einer Marke – der ServiceMarke „Leitbetrieb“.

Dieses Prädikat steht branchenübergreifend für Servicequalität aus Österreich und damit für ein starkes Alleinstellungsmerkmal, nämlich die Zugehörigkeit zu einem Kreis exzellenter, erfolgreicher und werteorientierter Unternehmen.

USP wirkungsvoll zeigen

Die ServiceMarke Leitbetrieb bringt die Service-Kompetenz von Unternehmen als starken USP auf den Punkt. Sie unterstützt jeden Leitbetrieb auch aktiv und praktisch dabei, diesen USP in der Außendarstellung wirkungsvoll einzusetzen. So stehen z. B. viele fertige Ausarbeitungen, etwa für die Öffentlichkeitsarbeit, zur Verfügung und erleichtern jedem Leitbetrieb die Umsetzung.

Darüber hinaus hilft die ServiceMarke den Leitbetrieben mit Informationen und Anregungen, ihren USP zu pflegen, zu schärfen und weiterzuentwickeln. Und schließlich arbeitet die die ServiceMarke Leitbetrieb auch ständig daran, Servicequalität und deren Bedeutung für die gesamte Wirtschaft in der Öffentlichkeit verstärkt zum Thema zu machen. Denn: Je mehr Kundinnen und Kunden sich nicht mit schlechtem Service zufriedengeben, umso stärker und heller leuchtet der USP Servicequalität bei den Leitbetrieben – den erfolgreichen Inseln im Meer der Gleichförmigkeit.

Zeigen auch Sie mit Ihrem Unternehmen unverwechselbares Profil – mit dem USP Service-Leitbetrieb!



Ihre Servicequalität ist exzellent?
Dann sollten Sie das auch zeigen!

**„Unternehmensservice - gilt als die
Quelle für nachhaltiges Wachstum“,
davon sind Führungspersönlichkeiten
aus acht europäischen Ländern überzeugt.**

Nutzen Sie die Kraft der gemeinsamen
ServiceMarke Leitbetrieb!



Leitbetrieb
Österreich



Leitbetrieb
Deutschland



Leading Company
of Austria



Leading Company
of Germany

... für eine
blühende
Servicelandschaft