

LEITBETRIEB als **U S P** auch für Sie!



Die Märkte sind zunehmend gesättigt, die Produkte werden objektiv betrachtet immer austauschbarer. Umso mehr gewinnt der USP (**Unique Selling Point**) an Bedeutung: Ihr einzigartiges Nutzenversprechen erklärt, warum ein Kunde ausgerechnet bei Ihnen kaufen soll und nicht bei der Konkurrenz. Kann der Konsument keinen besonderen Nutzen oder Unterschied erkennen, entscheidet er sich **im Produktvergleich für den billigsten Anbieter.**

Worin kann ein USP bestehen?

Üblicherweise handelt es sich beim USP um eine nachweisbare Eigenschaft, zum Beispiel um die hohe Qualität, die sehr gute Verarbeitung oder den breiten Funktionsumfang.

Auch guter Service überzeugt als USP!

Ein solches Alleinstellungsmerkmal ist für jedes Unternehmen – ganz gleich welcher Größe – erstrebenswert. Denn wer einzigartig ist, kann sich klar positionieren und von der Konkurrenz abheben.

Die Loyalität der Kunden wächst, und der Preis rückt in den Hintergrund.

Fragen Sie sich daher: *Lässt sich Ihre Marktleistung so aufwerten, dass sie einzigartig wird?*

Oft geschieht dies erst in Kombination mit verschiedenen Stärken oder Serviceleistungen.

Der Hinweis auf Servicequalität oder auf emotionale Werte ist also unverzichtbar.

Das Prädikat „Leitbetrieb“ ist das Alleinstellungsmerkmal im Kreis exzellenter Firmen.

USP: Warum es sich lohnt, einzigartig zu sein

Einen USP für die eigenen Produkte zu finden, ist nicht immer einfach. Trotzdem ist es wichtig, die Alleinstellungsmerkmale des eigenen Unternehmens zu betonen, um nicht im Meer der Konkurrenz zu verschwinden. Unternehmen müssen **herausarbeiten und kommunizieren**, was sie einzigartig macht, was konkret besser ist und welchen besonderen Nutzen die Kunden bei ihnen haben. Gerade kleine und mittlere Unternehmen können so aus der Masse herausstechen. Auch eine Marke kann einen USP begründen und somit produkt- und dienstleistungsübergreifend wirksam sein.

„Leitbetrieb Österreich“ steht branchenübergreifend für Servicequalität aus Österreich.

Ihr unverwechselbares Profil richtig zeigen

Tragen Sie Ihren USP über alle Kommunikationskanäle wirkungsstark nach außen. Damit die Nutzenargumentation glaubwürdig ist, müssen Sie Beweise liefern und die geweckten Erwartungen erfüllen – **der Kunde muss davon überzeugt sein, dass es diesen Nutzen gibt.** Sie müssen Ihren USP aber auch pflegen, allenfalls weiterentwickeln und als Botschaft immer und immer wieder nach außen tragen. **Denn jeder USP ist nur so gut wie seine Wahrnehmung am Markt!**

„Leitbetrieb Österreich“ hilft Ihnen durch viele fertige Ausarbeitungen aktiv bei der Umsetzung.

Zufriedenheit steht bei uns an erster Stelle:

Lesen Sie [aus erster Hand](#) die Erfahrungen zahlreicher Leitbetriebe – von Zufriedenheit bis zu Begeisterung!

USP – der entscheidende Unterschied

Verzichten Sie jedoch auf einen USP, so verschwinden Sie in einem Meer von Gleichförmigkeit: Sie werden vom Kunden kaum noch wahrgenommen, da sie ihm keinen besonderen Vorteil bieten.

Ihr USP gibt Antwort auf die Frage:

Warum sollte ich hier kaufen und nicht woanders?



Sichern auch Sie sich Ihren exklusiven Status als Leitbetrieb! →→→→→

!!! JETZT !!!

