

# Die ServiceMarke LEITBETRIEB

## Starke Marken haben Erfolg!



Bei der Beobachtung von Marken zeichnet sich ein klarer Unterschied dahingehend ab, wem es bereits bei der Entwicklung gelungen ist die wesentlichsten Kriterien zur erfolgreichen Markenbildung zu berücksichtigen. Wer in der Werbeflut nicht untergehen will, muss sich im Vorhinein im Klaren sein, was seine Marke transportieren soll. Heutzutage ist der hohe Konkurrenzkampf über den Preis nicht mehr zu gewinnen. Für Wachstum und Geschäftserfolg gelten neue Regeln. War die Markenpersönlichkeit schon bisher ein wichtiges Kriterium für Erfolg, so wird sie heute zu unserem wertvollsten Marketingtool!

### Die wichtigsten Kriterien für den Erfolg einer Marke:

- ... auffallen müssen, um in der Informationsflut nicht unterzugehen.
- ... einprägsam sein, um sich im Gedächtnis der Kunden festzusetzen.
- ... Emotionen wecken, um Bedürfnisse zu stillen.
- ... Inhalte vermitteln, um verstanden zu werden.
- ... zur gewünschten Aktion motivieren, um den Kunden zum Kauf zu bewegen.

Eine Marke ist nur so stark wie ihr Hintergrund, deshalb gilt: [Drum prüfe, wer sich bindet!](#)

Zahlreiche Beispiele zeigen deutlich, dass der langfristige Erfolg von Marken nur mit Erfüllung dieser Kriterien möglich ist. Die Marke Leitbetrieb ist einzigartig und den Kundenbedürfnissen optimal angepasst.

### Der Hintergrund zur Marke „Leitbetrieb“ der ServiceInitiative!

Service ist seit jeher eine tragende Säule des Unternehmenserfolgs. Die Leitbetriebe der ServiceInitiative gehen mit gutem Beispiel voran. Von diesen wird insbesondere auf eine individuelle Kundenbetreuung und verantwortungsvolle Unternehmensführung Wert gelegt. Die ServiceInitiative unterstützt diese Unternehmen im Marketing, indem sie das Bekenntnis der Firmen mithilfe des ServiceSiegels nach außen sichtbar macht. Zur „inneren Stärkung“ der Leitbetriebe werden individuelle Informationen für ihre Mitarbeiter bereitgestellt. Das festigt die Loyalität gegenüber Kunden und sichert den Leitbetrieben langfristigen Erfolg. Durch die stetige Weiterentwicklung und Individualisierung dieser Maßnahmen gehen Leitbetriebe mit der Zeit und verbessern den eigenen Marktwert kontinuierlich.



# Die ServiceMarke LEITBETRIEB

## Starke Marken haben Erfolg!

### Was eine Marke stark macht!

#### Für die ServiceMarke spricht vieles - aus verschiedenen Blickwinkeln

Die Spielregeln in der Wirtschaft verändern sich ständig. Die Märkte sind übersättigt, der Verdrängungswettbewerb ist hart und über den Preis nicht mehr zu gewinnen. Für Wachstum und Geschäftserfolg gelten neue Regeln. War die Markenpersönlichkeit schon bisher ein wichtiges Kriterium für Erfolg, so wird sie heute zu unserem wertvollsten Marketingtool.

#### Eine Marke muss auffallen

Wer in einer Zeit mit mehr als 98% Informationsüberlastung nicht auffällt, hat schon verloren. Das gilt besonders für Marken. Die ServiceMarke „Leitbetrieb“ ist prägnant. Nicht zuletzt dank ihrer vielseitigen Verwendungsmöglichkeiten schafft sie Aufmerksamkeit.

#### Eine Marke muss einprägsam sein

Auffallende Marken prägen sich ein, an sie erinnert man sich. Das macht sich die ServiceMarke zu Nutze: Das klare und zugleich ansprechende Logo hat einen hohen Wiedererkennungswert, nicht zuletzt durch die klare optische Betonung des Herkunftslandes.

#### Eine Marke muss Emotionen wecken

Beachtung und Erinnerung allein reichen nicht für eine starke Marke. Sie muss auch positive Emotionen wecken. Die ServiceMarke nimmt Bezug auf nationale Qualität und erfüllt so das Bedürfnis nach Regionalität und Identität. Das schafft Vertrauen.

#### Eine Marke muss Inhalte vermitteln

Die Wort-Bild-Marke „Leitbetrieb“ fasst die Bemühungen der Partnerbetriebe treffend zusammen: Sie steht für Unternehmen, die in ihrer Branche eine Vorreiterrolle in Sachen Service einnehmen und damit die heimische Wirtschaft insgesamt vorantreiben.

#### Eine Marke muss zur Aktion motivieren

Ob ein Kunde eine Marke bloß schätzt oder sie auch tatsächlich kauft, lässt sich durch serviceorientierte Strategien und Beziehungen positiv beeinflussen. Die ServiceMarke kommuniziert Serviceorientierung, die ein starkes Entscheidungsargument darstellt.

#### Eine Marke ist so stark wie ihr Hintergrund

Marken, die auf wackeligen Beinen stehen, können mehr schaden, als sie nützen. Mit der Akzeptia Holding GmbH als sicherem Partner ist die erfolgreiche Zukunft der ServiceMarke langfristig garantiert. Gerne veröffentlichen wir an dieser Stelle Details. [Bilanz](#) und [Organigramm](#).

### Die Marke mit Garantie

Bundesweit finden Sie kein zweites Leistungspaket, das so zielgerichtet und so günstig für die ServiceQualität Ihres Unternehmens wirbt. Dafür bürgen wir: Sollten Sie ein vergleichbares Angebot zu einem günstigeren Preis finden, erhalten Sie die Teilnahme an der ServiceInitiative für ein Jahr kostenlos.

# Die ServiceMarke LEITBETRIEB

## Starke Marken haben Erfolg!

### Warum schwache Marken keine Zukunft haben!

Bei der Beobachtung von Marken zeichnet sich ein klarer Unterschied dahingehend ab, wem es bereits bei der Entwicklung gelungen ist die wesentlichsten Kriterien zur erfolgreichen Markenbildung zu berücksichtigen. Wer in der Werbeflut nicht untergehen will, muss sich im Vorhinein im Klaren sein, was seine Marke transportieren soll. Nur wer sich klar positioniert, bekommt die wertvolle Aufmerksamkeit. Gerade in übersättigten Märkten ist eine klare Marken-persönlichkeit mit den entsprechenden Merkmalen unverzichtbar. Der ausbleibende Erfolg ist bei schwachen Marken ohne Hintergrund bereits vorprogrammiert!

**... sie weckt keine Emotionen**

und kann daher keine Bedürfnisse stillen.

**... sie fällt zu wenig auf**

und geht daher in der Werbeflut unter.

**... sie ist nicht genug einprägsam**

um im Gedächtnis der Kunden zu bleiben.

**... sie vermittelt zu wenige Inhalte**

und wird dadurch nicht verstanden.

**... sie führt nicht zur gewünschten Aktion**

weil sie Kunden nicht zum Kauf motiviert.

**Wenn ihr Hintergrund schwach ist, ist es die Marke auch.**

Daher gilt: Drum prüfe, wer sich bindet!

.....  
**Unser Tipp:** Durchleuchten Sie Ihren Vertragspartner. Holen Sie vor Geschäftsanbahnung wichtige Informationen, wie Bonitätsauskünfte über das betreffende Unternehmen ein.

**Zahlreiche Beispiele zeigen deutlich, dass der langfristige Erfolg von Marken ohne Erfüllung dieser Kriterien ausbleibt.**

### Anders ist es bei der ServiceInitiative Leitbetrieb:

Hier ist Service seit jeher eine tragende Säule des Unternehmenserfolgs. Bei Leitbetrieben wird insbesondere auf eine individuelle Kundenbetreuung und verantwortungsvolle Unternehmensführung Wert gelegt. Die ServiceMarke ist einzigartig und den Kundenbedürfnissen optimal angepasst – das alles sogar mit Garantie. Bundesweit finden Sie kein vergleichbares Angebot, das so zielgerichtet und so günstig für die ServiceQualität Ihres Unternehmens wirbt. Dafür bürgen wir: Sollte es Ihnen gelingen, ein vergleichbares Angebot mit einem besseren Preis-Leistungs-Verhältnis zu finden, garantieren wir Ihnen die Mitgliedschaft für ein Jahr kostenlos!

Durch unser ServiceSiegel können potentielle Kunden und Geschäftspartner auf einen Blick erkennen, dass Sie ein vertrauensvoller und verlässlicher Partner sind.