

B2B-Dialog mit neuen Themen und auf neuen Plattformen:

Digitalisierung als Herausforderung und Chance

Im Dialog mit öffentlichen und gewerblichen Abnehmern oder im OEM-Geschäft ist die Differenzierung vom Wettbewerb auch eine Frage des Vertrauens, des Images und des langfristigen Nutzens einer Zusammenarbeit. Die Nase vorn hat der, der sich erfolgreich als Ideengeber, Meinungsführer und Experte profilieren kann und damit den Kundenzielgruppen einen Mehrwert über die Produkte hinaus bietet.

In B2B-Dialog gibt es aber keine Patentrezepte. Märkte sind durch viele spezifische Besonderheiten geprägt wie:

- Kleine, aber anspruchsvolle Zielgruppen
- Erklärungsbedürftige Produkte und Leistungen
- Bei Produkten und Vertriebskanälen kaum Differenzierungspotenzial zum Wettbewerb
- Traditionelle Vertriebswege, die erst langsam und gegen viele Widerstände durch neue digitale Kanäle aufgebrochen werden

Gehört werden und den richtigen Klang treffen

Erfolgreicher B2B-Dialog heißt zudem, eine möglichst tonangebende Rolle beim Austausch auf Branchenebene zu spielen. Hierbei – und auch bei der Ansprache von wichtigen Multiplikatoren und Stakeholdern – kommt es nicht nur auf die eigene Größe und Marktbedeutung an. Die Herausforderung besteht darin, sich mit geeigneten Botschaften auf den richtigen Plattformen Gehör zu verschaffen.

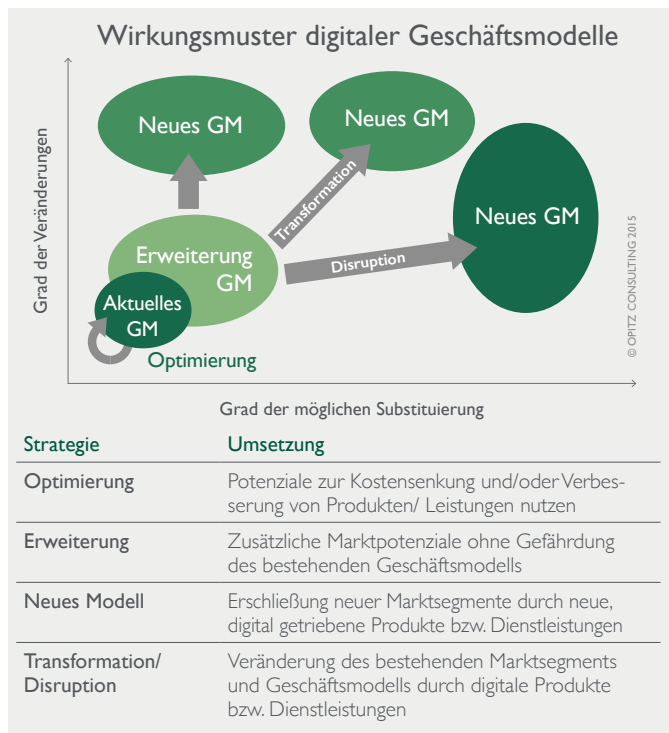
Jede Branche hat hier ihre eigenen ungeschriebenen Gesetze, die sich ableiten aus

- Anzahl und Struktur der Abnehmer
- Internationalisierung
- Vertriebswegen (Vertriebsstufen und PoS-Charakteristika)

- Aktivitäten und Einfluss von Branchenverbänden
- Digitalisierungsgrad und Innovationsgeschwindigkeit

Strategische Allianzen vs. Disruptivität

Stichwort Digitalisierung: Experten erwarten für die nächsten Jahre enorme Wachstumsraten in der Digitalisierung von Dienstleistungen und Vertrieb im B2B-Bereich. Ziel digitaler Technologien im B2B-Bereich sind vor allem Prozessoptimierung und die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit – oftmals nicht nur des eigenen Unternehmens, sondern ganzer Branchen.



Nicht zu unterschätzen ist das disruptive Potenzial der Digitalisierung. Wer Veränderungen initiiert, stößt daher erfahrungsgemäß auf Widerstände, Ängste und Vorbehalte. Diese gilt es im



eigenen Interesse, oft aber auch im Interesse der Marktpartner zu überwinden, um die Überlebensfähigkeit aller zu sichern.

Dialog schafft Vertrauen

Dabei sind Kunden, Vertriebspartner, Absatzmittler und zum Teil auch Mitbewerber vom Nutzen neuer Technologien zu überzeugen, es soll Vertrauen aufgebaut werden. Hier hilft umfassende, gezielte Kommunikation bzw. offener Informationsaustausch zwischen den Beteiligten, den Wandel voranzutreiben.

Digitalen Mehrwert schaffen

Die branchen- und B2B-spezifischen Dialogplattformen sind ebenfalls im Wandel. Begegnungen mit den Stakeholdern finden zunehmend mit ihren digitalen Identitäten statt – über Websites, Kundenportale, E-Mail-Postfächer und Social Media Kanäle. Fachmessen mit ihren sehr breitgefächerten Ansätzen der Themen, Marken- und Produktinszenierung gehen neue Wege, um auch digital Akzente zu setzen. Branchentagungen brechen traditionelle Formate auf und bieten ebenfalls digitalen Mehrwert und Infotainment – vor, während und nach der eigentlichen Veranstaltung.

Es gilt demnach nicht nur, die digitale Transformation der Geschäftsprozesse voranzutreiben, sondern auch den Dialog zwischen Anbietern, Kunden und Influencern in diesem Rahmen weiterzuentwickeln.

Die richtigen Themen und Plattformen für den Branchendialog

Mit viel Erfahrung plus Branchen-Know how, für das wir bei Bedarf auf ein breites Netzwerk von Insidern zugreifen können, ist navos ein leistungsstarker Partner. Wir glauben an die Kraft

des Dialogs – persönlich und zunehmend auch digital – und wir wissen, wie man die Basis dafür schafft. Außerdem besitzen wir die Fähigkeit zum Querdenken, was uns zusammen mit der Expertise aus anderen Bereichen in die Lage versetzt, ungewöhnliche Vernetzungen zu schaffen.

Für die Umsetzung gilt: Auch in Zeiten der Digitalisierung ist der persönliche Dialog wichtig – aber neu gedacht und anders inszeniert als früher. Messen, Tagungen, Events, Branchentalks, Schulungen und andere Veranstaltungsformate leben mehr denn je vom emotionalen Mehrwert, neuen Impulsen und den Vernetzungschancen für die Teilnehmer.

Digital und in den Medien werden B2B-Dialoge auf deutlich mehr Plattformen geführt als noch vor wenigen Jahren. Umso wichtiger ist die eigene Website als zentrale Content-Basis, aus der heraus die Dialoge synchronisiert werden, aber auch eine professionelle Vorbereitung:

- Dossiers, Whitepapers, Sprachregelungen, Q&A
- Personenrecherchen / wichtige Ansprechpartner
- Audits (Themen und Influencer) sowie Monitorings (Trends und Issues) auf Basis moderner Analysetools
- Issue-Management und Agenda Setting

navos konzipiert auf Basis umfassender Beratungserfahrung individuelle, kontext- und projektabhängige Lösungen, bereitet sie kommunikativ vor und realisiert sie in einer effizienten, abgestimmten Choreografie, die funktioniert. Kurzum: Wir schaffen die passenden Themen, platzieren sie auf den richtigen Dialogplattformen online wie offline und sorgen dafür, dass möglichst viele Dialogteilnehmer erreicht werden.

navos – Public Dialogue Consultants. Wirksame PR im Dialog für den Kunden.

Unsere Kommunikationsgewohnheiten und -infrastrukturen verändern sich rasant. Was diese Entwicklung eint: Sie fördern und fordern Dialog. Jede und jeder Einzelne wird zunehmend kommunikativ bedeutsam und damit auch für Reputation und wirtschaftlichen Erfolg relevant. Für navos ist daher der nachhaltige, ernsthafte Dialog mit allen Anspruchsgruppen die Grundlage der Kommunikation. Wir beherrschen die Kunst, wesentliche Dialoge zu führen, und haben uns auf den Stakeholder-Dialog, auf Krisenkommunikation und Public Affairs spezialisiert. navos steht für richtungsweisende, zeitgemäße und funktionierende Kommunikation. Mit unseren 50 Mitarbeitern an den Standorten Berlin, Düsseldorf und Hamburg.

Berlin

Kurfürstenstraße 87
D-10787 Berlin
Fon +49 (0)30 / 467 24 25-0

Düsseldorf

Volmerswerther Straße 41
D-40221 Düsseldorf
Fon +49 (0)211 / 96 08 17-0

Hamburg

Glashüttenstraße 79
D-20357 Hamburg
Fon +49 (0)40 / 696 387 64-0

info@navos.eu

www.navos.eu

 navos auf facebook