

8 Gründe für Ihr eigenes Kundenmagazin

Schaffen Sie eine neue Kommunikationsebene für Ihre Content-Strategie.



Mit einem Kundenmagazin erreichen Sie neue Kunden, intensivieren bestehende Beziehungen, generieren alternative Vertriebsmöglichkeiten und pflegen Ihr Unternehmensimage. Sie steigern also nicht nur Ihre Reichweite und fördern Ihren Absatz, sondern erzielen zudem noch eine positive Außenwirkung und informieren Ihre Kunden.



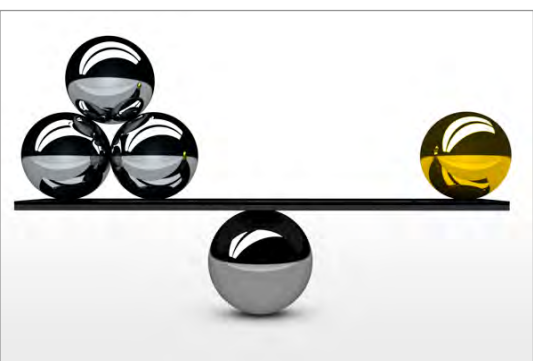
1. Kunden- und Markenbindung als Schlüssel

Bevor Sie beginnen, müssen Sie vor allem wissen, was Ihr Ziel ist. Möchten Sie Ihre Kunden an Ihre Marke binden? Oder dient das Magazin der Krisenkommunikation. Setzen Sie sich also mit dem Marketing, Ihren Kunden und Ihrem Chef zusammen und definieren Sie die Marketingziele. Erst dann kann Ihre Redaktion sinnvolle Inhalte erstellen



2. Inhalt ist Trend

Schon heute setzen über die Hälfte aller deutschen Unternehmen auf Inhalte, statt auf werbliche Botschaften. In Großbritannien sind es sogar über 80 Prozent, die diesen Kommunikationsansatz verfolgen**.



3. Qualität schlägt Quantität

Viele Konsumenten sind für klassische Werbebotschaften nicht mehr empfänglich, sind ihrer überdrüssig und verlieren das Vertrauen in die schiere Masse an Werbebotschaften. Daher erscheint es nur logisch, dass der inhaltsgetriebene Kommunikationsansatz für eine höhere Kontaktqualität steht.



4. Sie sind Ihr Kundenmagazin

Ob es das Bild eines Mitarbeiters, die Vorstellung eines neuen Produktes oder ein gut recherchierter Artikel ist – ein Kundenmagazin schafft Vertrauen, Transparenz und Identifikation mit dem Unternehmen. Sie können Ihren Kunden die Menschen und die Ideen hinter der Marke zeigen, ihrem Unternehmen ein Gesicht geben.



5. Erreichen Sie auch Ihre Mitarbeiter

Neben der kundenseitigen Wirkung erreichen Sie durch spannende und nützliche Informationen auch Ihre Mitarbeiter. Redaktionelle Inhalte eignen sich zudem für das Employer Branding und zeigen Sie als attraktiven Arbeitgeber.



6. Die Mischung macht es

Neben der kundenseitigen Wirkung erreichen Sie durch spannende und nützliche Informationen auch Ihre Mitarbeiter. Redaktionelle Inhalte eignen sich zudem für das Employer Branding und zeigen Sie als attraktiven Arbeitgeber.



7. Kundenaustausch fördern

Schaffen Sie einen neuen Kommunikationsraum, der in beide Richtungen funktioniert. Sie liefern die redaktionellen Inhalte, Informationen und Tipps für Ihre Zielgruppe und Ihre Kunden können sich mithilfe von Leserbriefen an Sie wenden oder den schnellen Kontakt zur Redaktion suchen.



8. Potenzial erschließen und Bestand erhalten

Sie möchten gern die internetaffine Generation mit einem digitalen Kundenmagazin ansprechen oder Bestandskunden mit einer gedruckten Variante weiterhin überzeugen? Der Alsterspree Verlag konzipiert mit Ihnen die passgenaue Strategie für Ihre Zielgruppe.