

**Theoretisch perfekt.**



**Und praktisch?**

## Eindeutige Tatsache

Vor allem im B2B-Bereich werden Investitionsgüter, Produkte und Dienstleistungen in Kommunikationsmitteln wie Prospekten, Kundenmitteilungen und Dokumentationen oder auch im Webauftritt sehr detailliert, präzise und oft angereichert mit einer Portion Euphorie dargestellt. Dabei gehen die tatsächlichen Nutzen, die kompetitiven Vorteile, meist unter oder sogar vergessen.

## Wirkungsvolle Alternative

Gefragt ist deshalb ein Kommunikationsmittel, welches nüchterne Fakten und Zahlen mit externen Meinungen, realen Erfahrungen und einer gewissen unbeeinflussten Emotionalität verbindet. Daraus entsteht die Reference Story – ein effizientes, sachliches, neutrales und damit umso glaubwürdigeres Differenzierungs-Tool.

Basis für die wirkungsvolle Reference Story sind zum einen die fundierten Kenntnisse der Marktleistungen, zum andern ausführliche Interviews mit einem oder mehreren Kunden. Damit werden wichtige und interessante Informationen zu Evaluation, Beschaffung und Einsatz eingeholt, welche anschliessend mit den relevanten Hard Facts zu den Produkten und Dienstleistungen verschmolzen werden.

## Multifunktionales Marketing- und Kommunikations-Tool

Das Einsatzspektrum der Reference Story ist enorm breit und kann individuell sehr unterschiedlich und exakt auf die definierten Bedürfnisse massgeschneidert werden. Ein paar bewährte Möglichkeiten zur Veranschaulichung:

- Ergänzung zu bestehenden Produkt- und Leistungsdokumentationen
- Beilage zu Offerten, Imagebroschüren, Produktinformationen etc.
- Internet-Content (z. B. als Download-PDF)
- Newsletter (elektronisch oder gedruckt) und Kundenpublikationen
- PR-Massnahmen, insbesondere in Zusammenarbeit mit Fachmedien
- Verkaufshilfe

# Die Reference Story: klarer Fokus auf Erfahrungen statt Versprechen



## Strukturiertes Vorgehen

Ein klar aufgebautes Vorgehen erlaubt die einfache, zeit- und kostensichere Planung von Reference Stories – sei es als Einzelauftrag oder als Serienprojekt.

- Inhaltskonzept/Struktur (auch als Raster für eine Serie über verschiedene Produkte, Dienstleistungen oder Anwendungen) mit Offertstellung
- Detailbriefing/-infos über Produkte/Dienstleistungen sowie Kunde/n
- Interviews, optional mit Fotosession/s nach vorgängigen Verwendungs-Abklärungen
- Textausarbeitung
- Optional: Gestaltung und Produktion

## Erfahrener Verfasser

- Fritz Wagner, eidg. dipl. PR-Berater, Inhaber wagner konzept & text ag
- Über 35 Jahre Erfahrung in der Kommunikationsbranche – quer durch alle Branchen, Themen, Produkt- und Dienstleistungskategorien

## Einfacher Kontakt

Für ein unverbindliches Erstgespräch zur Klärung von Bedarf und Möglichkeiten sowie die Präsentation von eigenen Reference Stories reichen ein Anruf oder ein paar Worte per E-Mail.

Fritz Wagner  
wagner konzept & text ag  
Sonnhalde 12  
8121 Benglen  
Fon +41 44 887 11 44  
Mobile +41 79 403 44 21  
Mail [fritz@wagnertext.ch](mailto:fritz@wagnertext.ch)  
URL [www.wagnertext.ch](http://www.wagnertext.ch)