

Ihr Firmenprofil



Wozu es gut ist

Ein Firmenprofil gibt seinen Lesern einen Überblick über die Vorzüge, Vorteile und den Zweck eines Unternehmens und seiner Produktpalette, egal ob Dinge oder Dienstleistungen. Ein Firmenprofil ist deshalb so klar, sachlich und knapp wie möglich und so ausführlich wie nötig; denn es soll zu Ende gelesen werden. Ein Firmenprofil will bei Journalisten und der anvisierten Zielgruppe Vertrauen in die Kompetenzen Ihrer Firma wecken, aber auch in Ihr Engagement für eine bessere Welt.

Idealerweise verkaufen Sie kein Produkt, sondern eine Idee.

Wie es entsteht

Als Grundlage für das Firmenprofil unterhalten wir uns persönlich mit Ihnen entweder über Telefon oder wir kommen zu einem Vorort-Termin. Vorab haben Sie uns schriftliche Unterlagen zu Ihrer Firmenphilosophie bzw. Firmengeschichte zur Verfügung gestellt (sofern vorhanden). Diese können uns als Gesprächsgrundlage dienen, sind aber nicht ausreichend. Um angemessen über Sie zu schreiben, hilft es, von Ihren unternehmerischen Plänen und Visionen zu hören, von dem Weg, den Sie gegangen sind, um so weit zu kommen und von den Schwierigkeiten, die Sie schon überwunden haben.

Selbstverständlich wird der Gesamttext mit Ihnen abgestimmt. Es soll ja Ihr Text werden.

Was Sie bekommen

Firmenprofile sollen zweierlei leisten: Ihre Firma vorstellen, aber gleichzeitig nicht durch zu viele Details ermüden. Sie erhalten deshalb ein zwei- bis dreiseitiges Firmenprofil, das geeignet ist, um Sie sowohl Geschäftspartnern als auch der Presse wohlwollend zu präsentieren. Es besteht aus

- einem persönlichen, interessant geschriebenen Teil und
- einem faktischen, objektiven Teil.

Die Länge beträgt plus/minus 4.000 Zeichen.

Grundsätzlich enthält das Profil folgende Aspekte:

- ✓ Ihre Selbstverständnis innerhalb Ihrer Branche eventuell verbunden mit der Entstehungsgeschichte Ihrer Firma.
- ✓ Eventuelle Preise und Auszeichnungen für Ihre Arbeit.
- ✓ Die Gründe, weshalb Kunden gerade Sie auswählen sollten.
- ✓ Welchen Nutzen die Welt aus Ihrem Produkt/Ihrer Dienstleistung zieht und warum diese weltfreundlicher ist als bei Wettbewerbern.
- ✓ Ihre Produkt- bzw. Angebotspalette, Ihre Kapazitäten, Ihre Zielgruppe(n) und evtl. auch Firmenkennzahlen (Anzahl der Mitarbeiter, Vernetzung, Kunden, Umsätze etc.)
- ✓ Garantien, die Sie geben.
- ✓ Ihre Abgrenzung hin zu Angeboten, die Sie definitiv nicht machen möchten.
- ✓ Ihre kundenrelevanten Firmenadressdaten sowie Angaben zur Gesellschaftsform.

Was Sie das kostet

Firmenprofil auf Basis eines Telefoninterviews	180,- €
Firmenprofil auf Basis eines Vorort-Interviews	250,- €

(Alle Preise zzgl. 7 % MwSt.)