

ANNIKA SCHWAB
CHRISTOPH HEGGER

THYSSENKRUPP MATERIALS SERVICES

HANDELS.EINIG.

WIE MESSAGING DEN SPRUNG VOM
HÄNDLER ZUM INNOVATIVEN
LÖSUNGSANBIETER MÖGLICH MACHT.



DART | BERATENDE DESIGNER

DIE AUFGABE.

thyssenkrupp Materials Services: Ein großer Name für einen besonders diversifizierten Unternehmensbereich – mit einer entsprechend facettenreichen Aufgabe für die Kommunikation, denn das Spektrum des Briefings reicht von A wie Angebot bis Z wie Zukunft. Hier einmal kurz gefasst:

Angebot: Das Portfolio reicht vom klassischen Handel bis zur hochkomplexen Dienstleistung, von Stahl bis Plastik und von 3D-Druck bis zur organischen Supply Chain Lösung. Wie ermöglichen wir Kunden und Interessenten intern wie extern einen einfachen und gleichzeitig informationsstarken Zugang zu dieser Angebotstiefe?

Reichweite: »think global, act local.« ist bei thyssenkrupp Materials Services gelebte Realität. Für unsere 480 Gesellschaften möchten wir einen integrativen Rahmen bieten. Wie können wir als lebendiges Bindeglied agieren und gleichzeitig komplexe Strukturen übersichtlich abbilden?

Werte: Unsere Value Proposition ist mehr als ein Markenversprechen, sie ist Richtschnur unseres Handelns. Wie können wir diese »erlebbar« machen?

Zukunft: Digitalisierung fällt bei uns nicht unter die Sparte »nebulöse Science-Fiction«, sondern ist ganz reale Dienstleistung. Wie überwinden wir die kommunikative Hürde, dort, wo wir noch als reiner Händler gesehen werden?

DER AUFBRUCH.

Gerade eine so facettenreiche Aufgabe fordert vor allem eines: einen individuellen Entwicklungsprozess, der schnell und nachvollziehbar die passenden Ergebnisse für thyssenkrupp Materials Services ermöglicht. **Im DART-Prozess legten wir gemeinsam mit dem Team von tk Materials Services den Grundstein für eine strategietreue Kommunikation.** Die Bausteine dieses Prozesses sind:

D wie Dialog. Und das heißt zunächst hauptsächlich: **Zuhören.** Über eine bereichsübergreifende *Umfrage innerhalb des Unternehmens* mit spitz ausgerichtetem Fragebogen traten die Consultants von DART in den Dialog ein. Damit nicht genug: In einem 2-tägigen *Strategie-Workshop* mit 7 Teilnehmern aus sämtlichen Unternehmensbereichen wurden Grundlagen für Kommunikation und Messaging gelegt.

A wie Analyse, die Komplexes begreifbar macht. Der *Abgleich mit dem Wettbewerb*, die *Auswertung* der Ergebnisse aus Umfrage und Workshop halfen, die Weichen fürs Marketing zu stellen.

R wie Resultat steht nicht am Ende, sondern am Anfang einer spezifischen und zielgenauen Kommunikation. Beginnend beim *Content auf Basis des spezifisch entwickelten Messagings*, einem schlüssigen Konzept fürs Web bis hin zur internen Kampagne. Mit dem DART-Prozess gelang es, konkrete Lösungen für ein komplexes Aufgabenfeld zu entwickeln, anstatt beliebige Ideen zu produzieren.

T wie Transformation: Im nächsten Schritt übersetzen wir gemeinsam mit dem Team von tk Materials Services unser Resultat in *Medien*. Mehr noch: Die Grundlagen aus dem Messaging befähigen Unternehmensbereiche wie Marketing und PR genauso wie involvierte Gesellschaften, *selbstständig spezifischen Content zu erstellen*.

POSITIONSBESTIMMUNG.

Die Koordinaten

Die Koordinaten zur Positionsbestimmung sind stets strategisch relevant: die erste Achse liefert die *Unternehmensstrategie und -planung*, eine weitere bildet der *Input der Handelnden* (Mitarbeiter an entscheidenden Punkten). Die dritte Koordinatenachse repräsentiert die *Sicht des Marktes* auf das Unternehmen – ergänzt durch eine Analyse des *Wettbewerbs*. Auf Grund der dezentralen Unternehmensstruktur von tk Materials Services erwies sich eine Marktbefragung unter Kunden als faktisch nicht durchführbar. Die Umfrage unter 23 Teilnehmern aus den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen ermöglichte jedoch, eine solide Grundlage für den darauffolgenden Workshop zu ermitteln und vermittelte tiefe Einsicht in die innere Struktur des Unternehmens.

Die Herausforderungen

Durch die große Identifikation der Teilnehmer mit ihrem Unternehmen konnten wir eine Reihe an aktuellen Herausforderungen ermitteln, die für zukünftige Schritte entscheidende Wegmarken sind. Wie zu erwarten, sind diese Herausforderungen ebenso facettenreich, wie das Unternehmen selbst: Die *Digitalisierung* konkreter Dienstleistungsangebote bietet enorme Wachstumschancen – muss aber mit entschiedenem *Kundenfokus* kommuniziert werden. Die *Breite des Angebotsspektrums* ist eine weitere Hürde, die sich in Kommunikation und Marketing niederschlägt. Der Wandel hin zur *Industrie 4.0* muss sich auch im Marketing deutlich machen. Es fehlt an einer *einfachen und dennoch variantenreichen Story* und an kundenzentrierter Ausrichtung sämtlicher Medien.

»UNSER PORTFOLIO IST UMFASSEND UND INNOVATIV – ABER DAS BRINGEN WIR NOCH NICHT RÜBER.«

»WIR HABEN HIER LEUTE, DIE FÜR DAS GESCHÄFT BRENNEN.«

HÄNDLER ODER DIENSTLEISTER ODER LÖSUNGS- ERFINDER ODER...

»UNS FEHLT DIE KUNDENORIENTIERTE, PACKENDE STORY.«

»DIE VISION PASST. IN DER UMSETZUNG HAPERT ES NOCH.«

WORKSHOP.



»A dialogue leads to connection which leads to trust which leads to engagement.«

Seth Godin

EINE ZÜNDENDE STORY ENTSTEHT.

Was macht eine gute Story aus?

Das Schöne ist: Um eine gute Marketingstory zu entwickeln, brauchen Sie im ersten Schritt nur ein paar Grundlagen, die für jeden aus persönlichem Erleben nachvollziehbar sind. Die besten Geschichten haben alle ein *starkes Thema, eine fesselnde Handlung, die passende Struktur, unvergessliche Charaktere, ein gut ausgewähltes Setting und verwenden natürlich eine Sprache, die Verbindung schafft*. Was ist jedoch das »starke Thema« und die Sprache, die einen Dialog

erst ermöglicht? Hier wird die Marketingstory zielgruppenspezifisch. Welcher Charakter fasziniert mein Publikum und welcher »Bösewicht« ist in der Lebenswirklichkeit meines Ansprechpartners das ganz reale Hindernis? Hier müssen wir uns direkt in die Lebenswelt des Kunden hineindenken – um so passende Lösungen für echte Herausforderungen zu entwickeln.

Wie gelingt dieser Spagat aus individuellem Dialog und einheitlicher Botschaft?*

Workshop = Arbeit, die Spaß macht

Das kleine, schlagkräftige Workshopteam von 7 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus entscheidenden Business Units von thyssenkrupp Materials Service tauchte über zwei Tage hinweg in die Rollen von Visionär bis Kritiker, brachte unterschiedlichste Branchen- und Kundenexpertisen mit ein und entwickelte hochkonzentriert die passende Botschaft für diverse

Ziele. Hierarchien und eigentliche Tätigkeit standen genauso wenig im Vordergrund, wie sprachliche Feinheiten. Die kreative Ausarbeitung und Zuspitzung der individuellen Stories auf Basis einer grundlegenden Dramaturgie und den erarbeiteten Inhalten des Workshops lag in den Wochen danach bei den Consultants von DART.

*Auf den Folgeseiten finden Sie dazu einen Einblick!

WAS KANN MESSAGING?

Mit Messaging treten Sie in den Dialog mit Ihren Kunden.
Spezifisch auf allen Ebenen. Auf Basis einer individuellen Dramaturgie.

Messaging ist auf sämtliche Bereiche der Kommunikation anwendbar. Es funktioniert für interne wie externe Medien, egal ob Pressearbeit, Film, Präsentationen oder Social Media. Ihre Abteilungen können selbstständig damit arbeiten – und dabei sicher sein, dass Ihr Content stets auf das richtige Konto eintrifft: **Ihre Marke.**



Wir sind Materials Services

Die industrielle Landschaft befindet sich in einem Paradigmenwechsel: in globalen Märkten steigen Wettbewerb und Preisdruck, das Innovationstempo potenziert sich, moderne Unternehmen brauchen zunehmend agile, beratungskompetente Partner.

Wir machen Ihren Erfolg zu unserer Priorität. Und sorgen dafür, dass Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können – Ihr Kerngeschäft. Für alle weiteren Herausforderungen entwickeln wir individuelle Lösungen.

Digitalisierung im Werkstoffhandel ist keine Option. Digitalisierung ist zwingend notwendig, um auch morgen im Wettbewerb mit neuen Spielern zu bestehen.

Die Digitalisierung begreifen wir hierbei als Business-Strategie, nicht als reine IT-Strategie. Unser Ziel ist es, die Wünsche der Kunden nicht nur zu erfüllen, sondern auch zu übertreffen.



Aus der Messaging-Matrix abgeleitete Textbausteine fließen hier ein in den neuen Webauftritt.

	KAPITEL I	KAPITEL II	KAPITEL III
Basis Value Proposition	THEMA HELDEN & BÖSEWICHTE HERAUSFORDERUNG	EINE INDIVIDUELLE LÖSUNG	EINE INSPIRIERENDE ZUKUNFT
D R A M A T U R G I E			
Adressat A z.B. Kunde	Customer needs, Branchenbezug	Das Angebot von tk Materials Services	Schöne Aussichten für den Erfolg
Adressat B z.B. Partner	Partnerinteresse	Die Antwort von tk Materials Services	Perspektiven für Partner
Adressat C z.B. Bewerber	Bewerbersituation	Die Optionen bei tk Materials Services	Wachsen mit tk Materials Services

Auf Basis einer Messaging-Matrix wie der oben vereinfacht dargestellten, entwickelte das Workshop-Team ein spezifisches Messaging für thyssenkrupp Materials Services.



SUPPLY CHAIN
AEROSPACE
JUST-IN-TIME



DIE BRANCHE,...



DIE LÖSUNG VON...



**...UND DIE ZUKUNFT MIT
TK MATERIALS SERVICES!**

DAS MESSAGING WIRD »SICHTBAR«.

Sie haben Erfolg.

Materials Services kümmert
sich für Sie um alles andere.

SOLUTION
MONITORING

SERVICES

DISTRIBUTION

LOGISTICS

INVENTORY

MATERIALS

SUPPLY CHAIN

engineering.tomorrow.together.



thyssenkrupp



KONSISTENT.
LEBENDIG.
RICHTUNGS-
WEISEND.



Auch die *Bildwelt folgt kongruent den Vorgaben aus dem Messaging* und verleiht so der thyssenkrupp Value Proposition ein individuelles Gesicht. Das Beste daran: Ein unverwechselbares und dabei *strategiegerechtes Bildkonzept* kann so in beliebiger Breite wachsen und entsteht unabhängig von einem Dienstleister.





NACHHALTIG.
VIELFÄLTIG.
AUTHENTISCH.
KUNDENNAH.



Treffende Botschaften, die Ihre Empfänger zielgenau erreichen, sind in der modernen Medienflut *nicht ohne eine lebendige Bild-Sprache* denkbar. Umso wichtiger, dass diese sowohl Kundennähe transportieren, als auch die breite Kompetenz eines zukunftsorientierten Handels- und Dienstleistungsunternehmens.

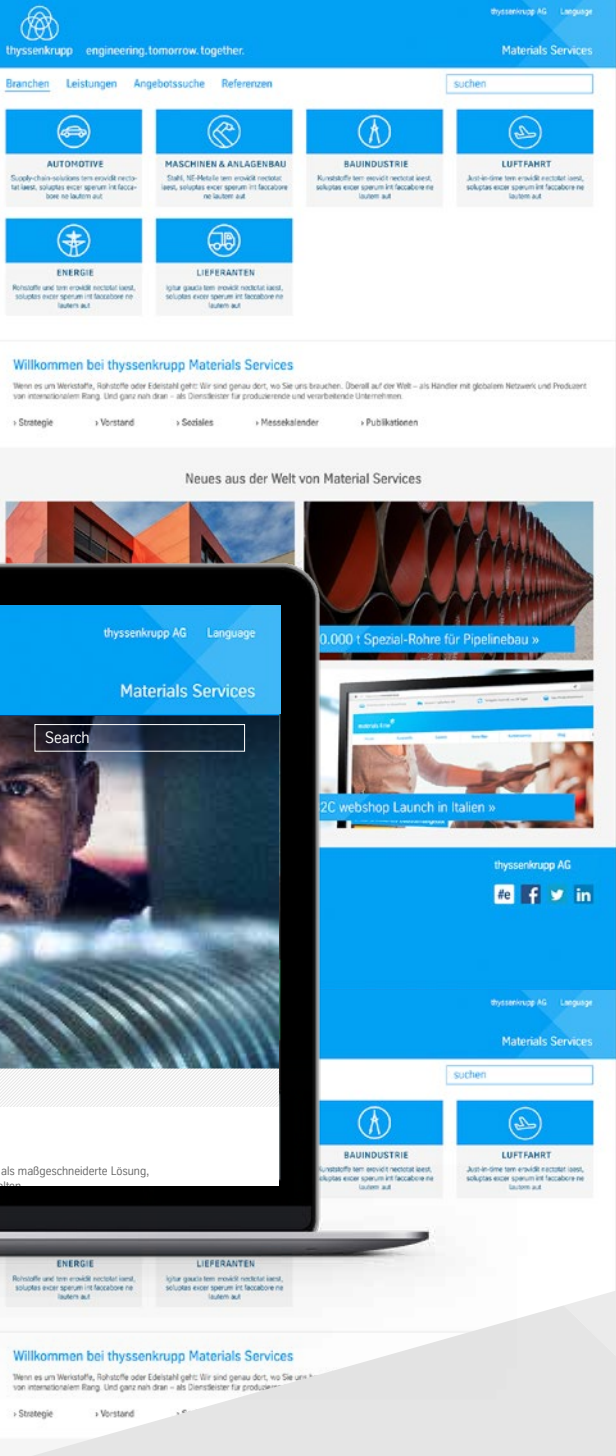


DAS MESSAGING GEHT RAUS.

Die strategische Basis ist geschaffen: Die weiteren Einsatzmöglichkeiten sind ebenso vielfältig, wie das Portfolio der tk Materials Services. Vom *Messestand bis zur kompletten Überarbeitung der Website*, von der internen Kampagne bis zum Unternehmensfilm.



Wir freuen uns, dass wir einen der maßgeblichen Grundpfeiler moderner Unternehmenskommunikation umsetzen durften: die gesamte *Text- und Bildentwicklung fürs Web*. Genauso freuen wir uns, dass mit dem Resultat aus dem *DART-Prozess Strategie nun sichtbar wird*. Und Content nicht nur *spezifische Fragen beantwortet*, sondern den Empfänger dorthin führt, wo das *strategische Herz der tk Materials Services schlägt*.



DART
CASE STUDY



DART

Beratende Designer GmbH

Adlerstraße 41
70199 Stuttgart

Phone +49-711-61 55 98-0
Fax 61 55 98-55

hello@dart.work
www.dart.work