

Textanalyse:

Produkte und Dienstleistungen jenseits der Schweizer Sprach- und Kulturgrenzen erfolgreich vermarkten

Luzern, 10. Oktober 2012
Seite 1/2

Transkulturelle Verständlichkeit von Werbeaufträgen

Damit Sie auch in anderen Kulturen gut ankommen

In einem vielgestaltigen Land wie der Schweiz sieht sich kulturübergreifende Werbekommunikation zahlreichen Herausforderungen ausgesetzt. Scheinbar geringe Unterschiede können die Wirkung einer Kampagne jenseits der Sprach- und Kulturgrenze stark beeinträchtigen. Wer seine Produkte und Dienstleistungen erfolgreich vermarkten will, muss sich der Unterschiede bewusst sein und sie gezielt in seine Strategie einbauen. Landesweit verständlich und attraktiv zu kommunizieren heisst dabei nicht allein, in eine andere Sprache zu übersetzen: In jedem Werbeauftritt sollte sich die beworbene Kultur auch spiegeln und wiedererkennen.

Die interkulturelle Marketingforschung bietet vielfältige Instrumente zu Erfassung und Integration kultureller Unterschiede. Mit ausgewählten Methoden kann die Zielgruppenrelevanz und damit die Treffsicherheit inländischer Werbung optimiert werden. Zum einen handelt es sich dabei um Massnahmen, die bei der textlichen und bildlichen Gestaltung sowie beim Formulieren eines Textes berücksichtigt werden können. Zum anderen geht es aber auch um die Zielgruppe, um ihr Vorwissen, ihre Prägung und ihre Erwartungen.

Gern helfen wir Ihnen mit unserer Kompetenz bei der Beurteilung der transkulturellen Verständlichkeit und Attraktivität Ihres Werbeauftritts. Unsere Kompetenzen liegen in der interkulturellen Beratung von Praktikerinnen und Praktikern. Unsere Dienstleistungen zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich auf aktuelle Ergebnisse aus der Forschung beziehen und gleichzeitig auf die praktische Umsetzung ausgelegt sind.

Zielgruppe

- kleine und mittelständige Unternehmen
- Behörden
- NGO/NPO

Inhalt

Wir nehmen eine Analyse Ihrer Werbung nach einem theoriebasierten Raster für die interkulturelle Verständlichkeit von Marketingaufträgen vor. Wir erfassen damit die Stärken und Schwächen Ihrer Texte (auf Wunsch inklusive Bildmaterial). Wir formulieren für Sie praxisbezogene Handlungsempfehlungen, wie sie Ihren Auftritt attraktiver gestalten können. Auf Wunsch stellen wir den Bericht persönlich vor.

Dieses Standardpaket eignet sich beispielsweise für Marketing-Broschüren, Mailings, Flyer, Inserate, Werbefilme und auf Marketing ausgelegte Webseiten.

Ergebnisse

- Aufstellung über Stärken und Schwächen Ihrer Texte
- Handlungsempfehlungen
- schriftlicher Bericht zur Analyse
- auf Wunsch persönliche Präsentation des Schlussberichts

Luzern, 10. Oktober 2012
Seite 2/2

Kosten

Für eine speziell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Textanalyse erstellen wir Ihnen gerne unverbindlich eine individuelle Offerte.

Kontakt

Sascha Demarmels freut sich auf Ihre unverbindliche Anfrage: sascha.demarmels@hslu.ch