

71. ITS Techno Apéro

29.11.2022

Wie machen KMU „modernes“ Marketing?

Programm

- Kurzes in eigener Sache 
- Aktuelle Kommunikationschallenges
- Referat: Roger Hämmerli / Andy Was Right
- Referat: Sebastian Beyer / Meisterhaus
- Referat: Alessandro Stasolla / Clientis BS Bank
- Podiumsdiskussion mit Q&A
- Apéro & Networking

Hauptsponsoren



Getränkessponsoren



WEINKELLEREI

Unabhängige Anlaufstelle für SH KMU



Unternehmen



Anlaufstelle
Innovations- &
Technologiefragen



Kontakt Vermittlung
& Vernetzung



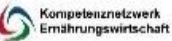
Information & Inspiration



Methoden & Tools



Projekt-Förderung

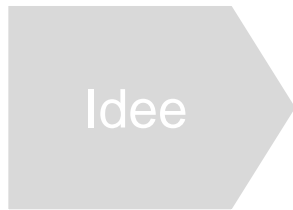


etc.

Projektförderung für KMU



Unternehmen



Edizione 2017 | Edizione 2018
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun Svizra
Swiss Confederation
Innosuisse - Swiss Innovation Agency

Hochschulkooperation



inos INNOVATIONS
NETZWERK
ÖSTERSCHWEIZ

Coaching



inos INNOVATIONS
NETZWERK
ÖSTERSCHWEIZ


Fachexpertise



its VERMITTELT
TECHNOLOGIE.

Begleitung

Programm

- Kurzes in eigener Sache
- Aktuelle Kommunikationschallenges 
- Referat: Roger Hämmerli / Andy Was Right
- Referat: Sebastian Beyer / Meisterhaus
- Referat: Alessandro Stasolla / Clientis BS Bank
- Podiumsdiskussion mit Q&A
- Apéro & Networking



Kommunikationswelt über die letzten
Jahre radikal verändert...

...multichannel

...multimedial

...multiformat

...DIGITAL



Informationsvolumen nimmt weiter zu...

...diffusere Zielgruppen

...hohe Aufmerksamkeitskonkurrenz

Zeit ein immer knapperes Gut...

...kürzere Reaktionszeit

...kürzere Aufmerksamkeitsspanne

...kürzere Halbwertszeit der Informationen





Lösen heute nicht das Problem...

...Struktur ins Thema bringen

...helfen Fokus zu setzen

...Zuversicht gewinnen

Nicht DIE Lösung, aber vielleicht Ansätze zur für SIE passenden, machbaren Lösung...

Kommunikationschallenge 1.0 – solides System

Wie viele Posts muss ich machen?

Brauchen wir ein neues Logo?

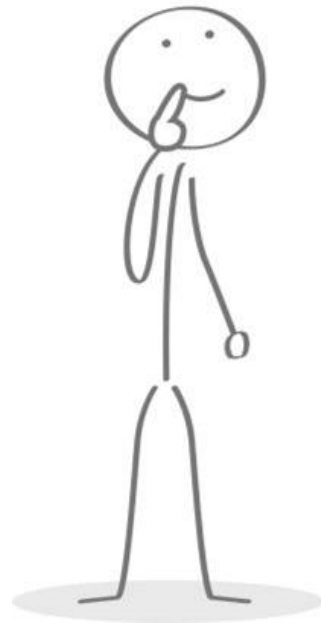
Brauchen wir überhaupt noch Flyer?

Müssen wir jünger daherkommen?

Wie viel sollen wir für Social Media ausgeben?

Brauchen wir ein neues Logo?

Wie soll die neue Website strukturiert sein?



UMSETZUNG

KONZEPTION

STRATEGIE /
POSITIONIERUNG

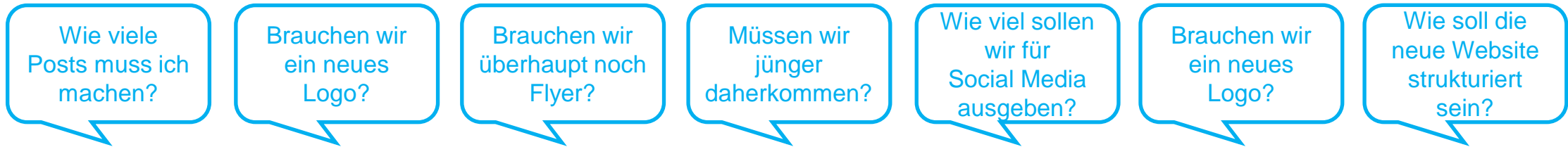
WHAT?

HOW?

WHY?

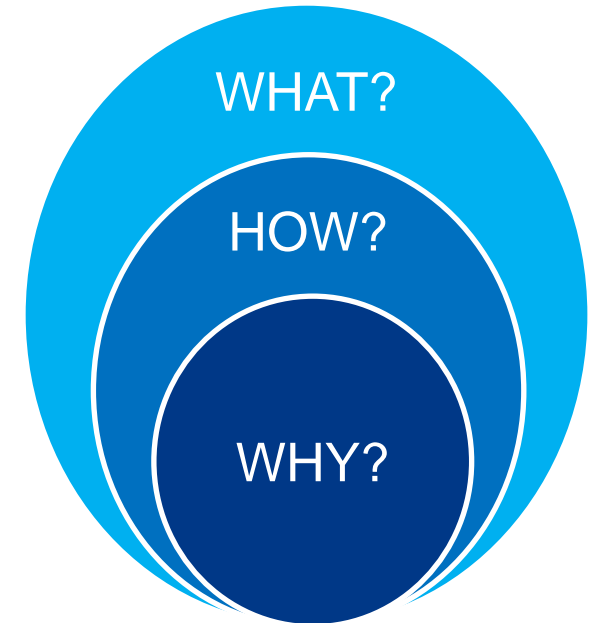
Bezug: Golden Circle Konzept von Simon Sinek

Kommunikationschallenge 1.0 – solides System



Wie und womit setzen wir dies um? ←

*Wen wollen wir erreichen?
Wie wollen wir wahrgenommen werden?
Welche Geschichten erzählen wir?* ←

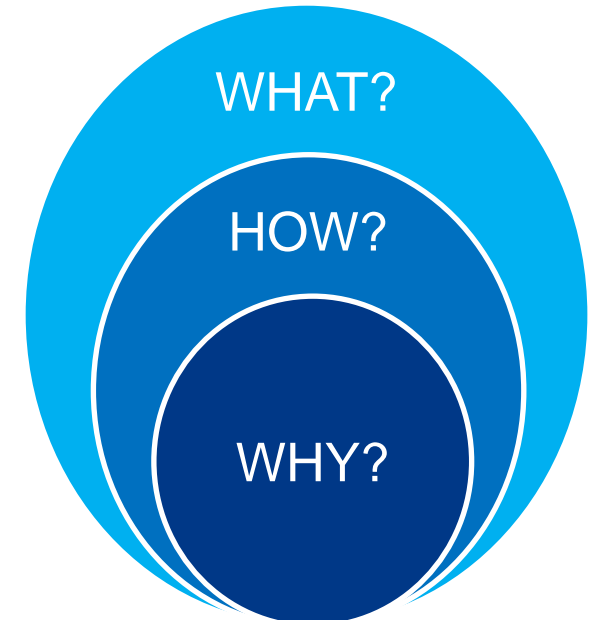


Bezug: Golden Circle Konzept von Simon Sinek

*Wer sind wir? ←
Welches Problem lösen wir für wen?*

Kommunikationschallenge 1.0 – solides System

- Wie viele Posts muss ich machen?
- Brauchen wir ein neues Logo?
- Brauchen wir überhaupt noch Flyer?
- Müssen wir jünger daherkommen?
- Wie viel sollen wir für Social Media ausgeben?
- Brauchen wir ein neues Logo?
- Wie soll die neue Website strukturiert sein?



Innovationswerkstatt: Positionierung als Grundstein für zielorientiertes Marketing (7. Juni 2022)

<https://its.sh.ch/archiv/innovationswerkstatt-2022-06-07>

DAS MARKENSTEUERBAD / THE BRAND STEERING WHEEL



DER MARKET DICHTER / THE BRAND FUNNEL

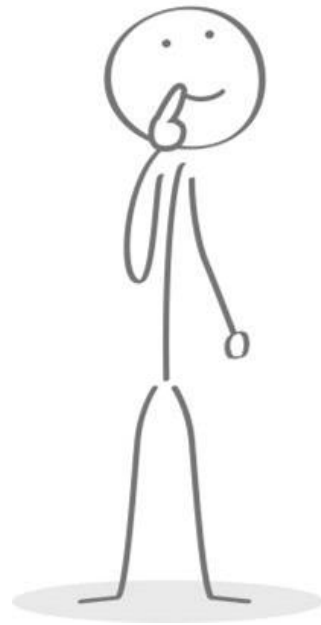


THE BRANDWORKER



Kommunikationschallenge 2.0 – richtige Partner

- Wie finde ich die richtigen Partner für...
- ...die Gestaltung meiner Grafiken?
- ...die Erstellung meiner Website?
- ...meine Komm Strategie
- ...meine Social Media Aktivitäten?
- ...meine Marketing Texte?
- ...meine Videos?



- *Spezialisten*
- *Allrounder/Komplettanbieter*

Programm

- Kurzes in eigener Sache
- Aktuelle Kommunikationschallenges
- Referat: Roger Hämmerli / Andy Was Right ●
- Referat: Sebastian Beyer / Meisterhaus
- Referat: Alessandro Stasolla / Clientis BS Bank
- Podiumsdiskussion mit Q&A
- Apéro & Networking

Grundlagenreferat



Roger Hämmerli

Gründer & Managing Partner
Andy Was Wright

die kunst des digitalen storytellings.

Lass mich
dir eine
Geschichte
erzählen...

roger haemmerli
founding/managing partner.
andy was right.



unser

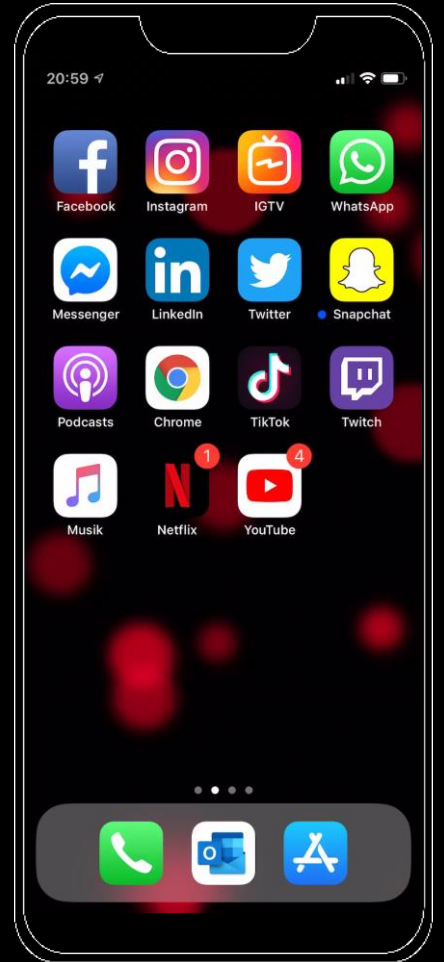
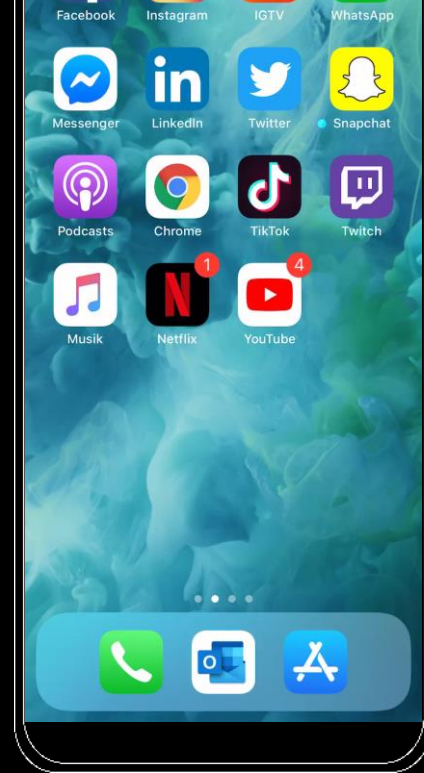
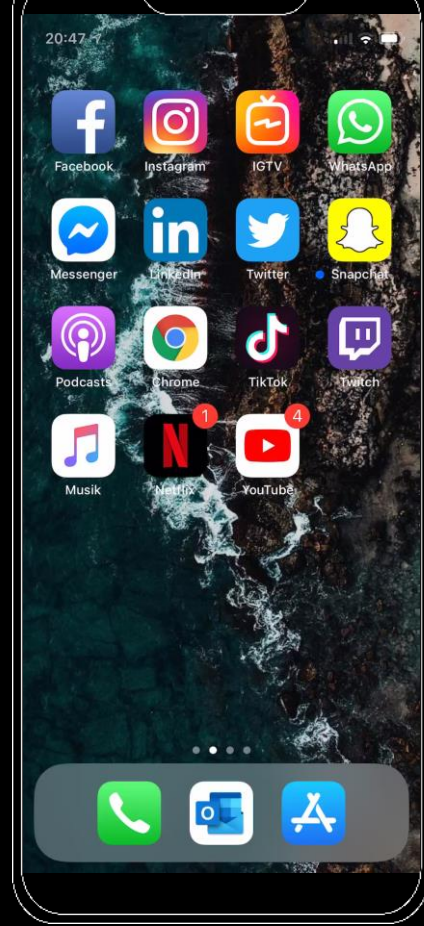
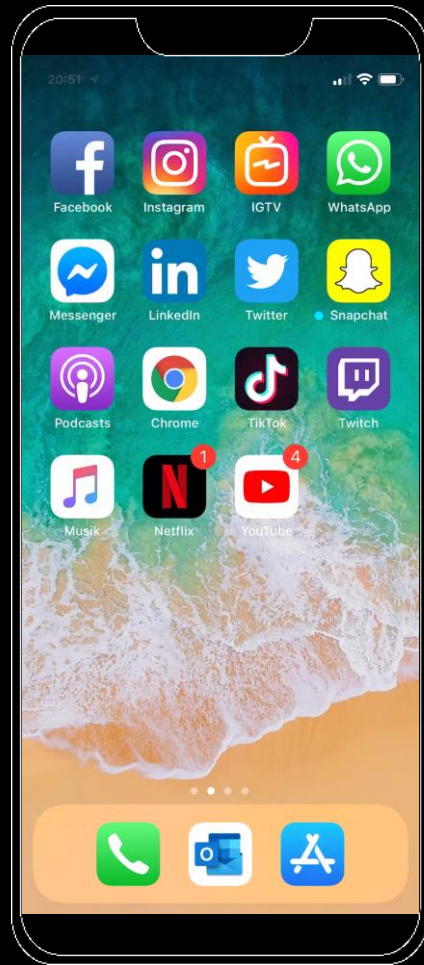
ziele



shibuya, japan.
2018.



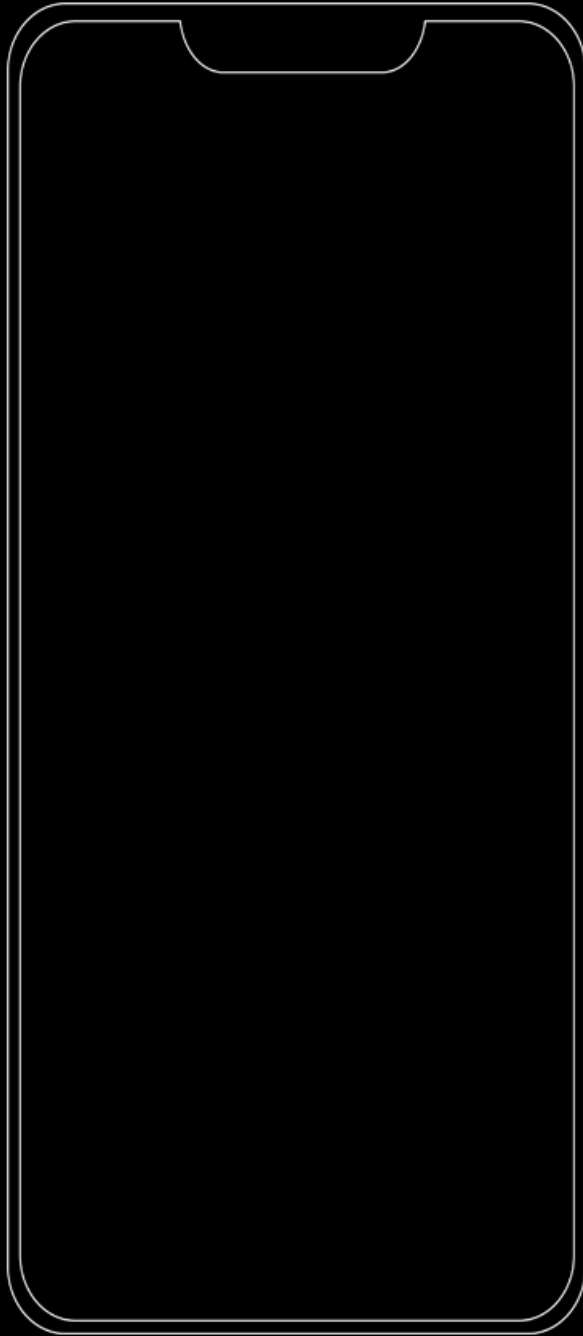
new york city, usa.
unkown.



Es geht um
diese Kleinigkeit
namens...

... aufmerksamkeit.

Das ist die
Aufmerksamkeit,
die du kriegst.



1 Aufmerksamkeit ist
die Nummer 1
Währung in der
Industrie - du gewöhnst
dich besser daran. schnell.

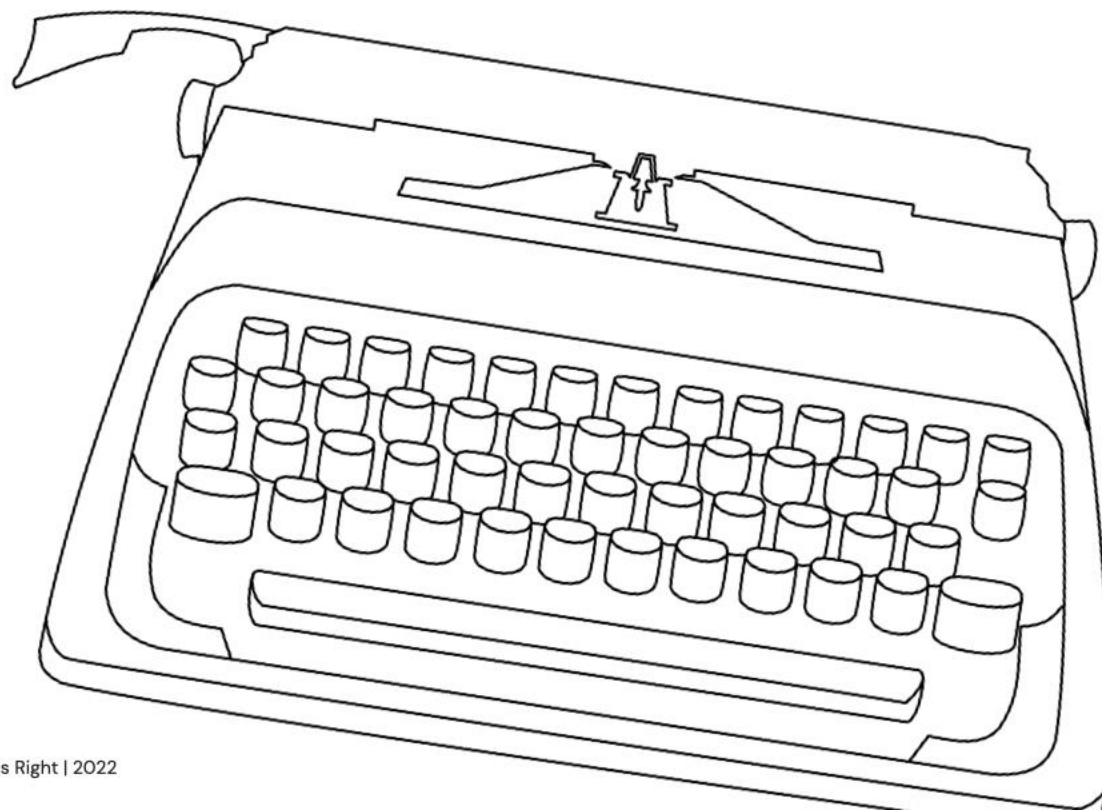
Klugscheisser,
wie kriegen wir die
Aufmerksamkeit?

Don't fake
it, till you
make it.



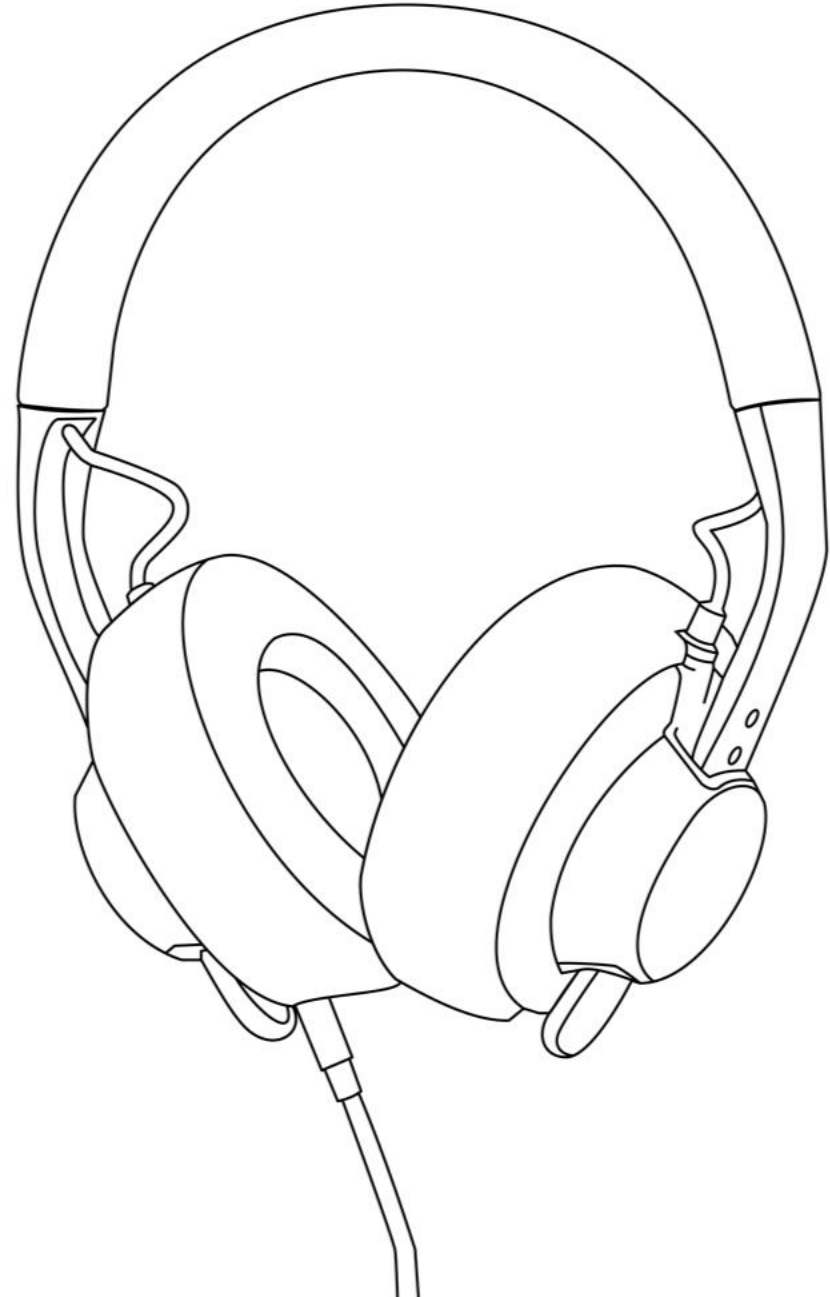
#1

Idee.
immer.



#2

Form.
immer.



#3

Qualität.
wirklich.



bonus level.

Fakt
+ Emotion
= Meinung.



Aber am wichtigsten...
Dokumentiere,
anstatt zu
kreieren.



schreib mir.

[ig/ rogerhaemmerli](#)

[ln/ rogerhaemmerli](#)

roger@andywasright.digital

Programm

- Kurzes in eigener Sache
- Aktuelle Kommunikationschallenges
- Referat: Roger Hämmerli / Andy Was Right
- Referat: Sebastian Beyer / Meisterhaus 
- Referat: Alessandro Stasolla / Clientis BS Bank
- Podiumsdiskussion mit Q&A
- Apéro & Networking

Praxisbeispiel



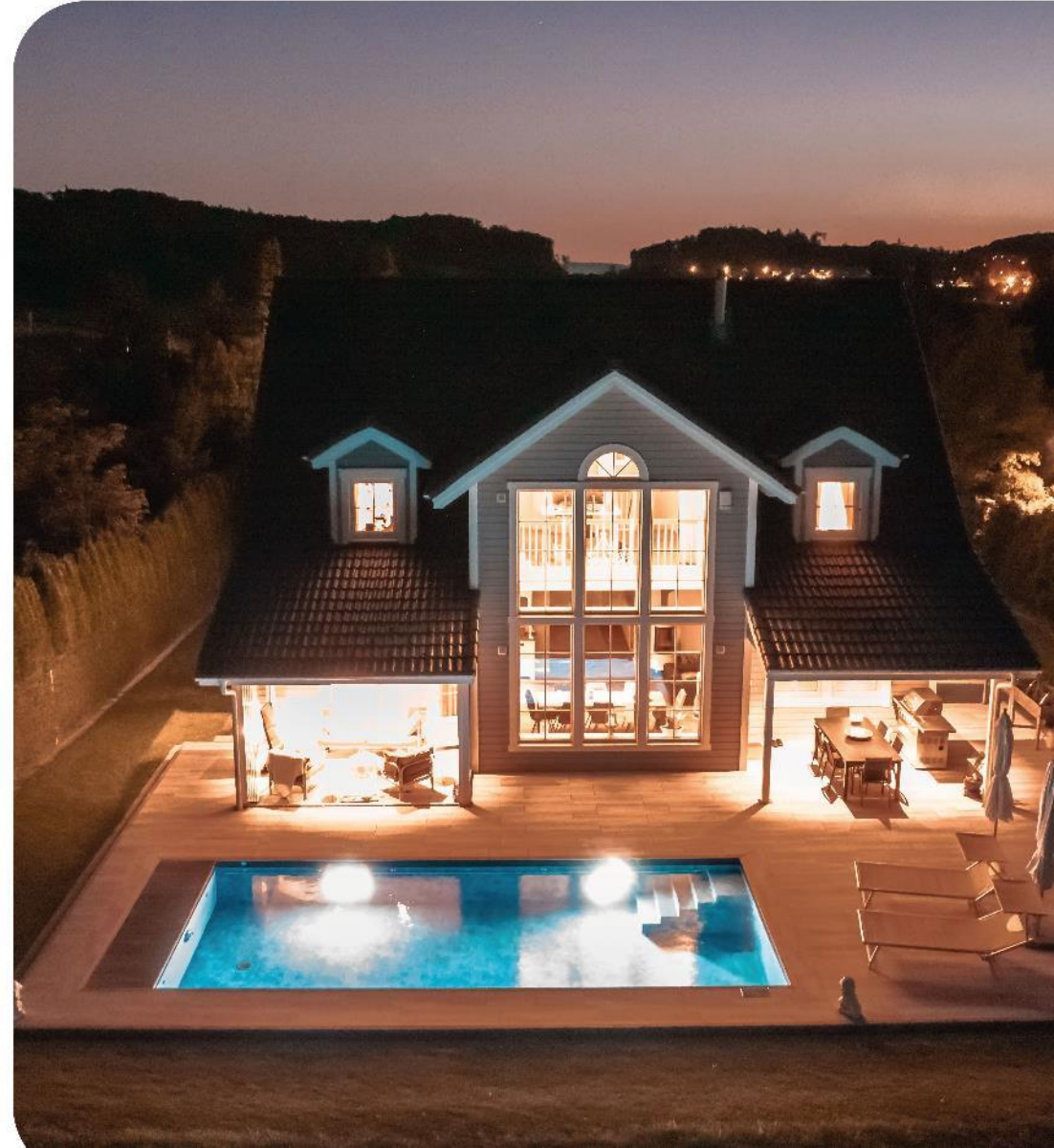
Sebastian Beyer

Vertriebsmanager
Meisterwerk Haus



**MEISTERWERK
HAUS**
Schwedenhäuser aus Leidenschaft

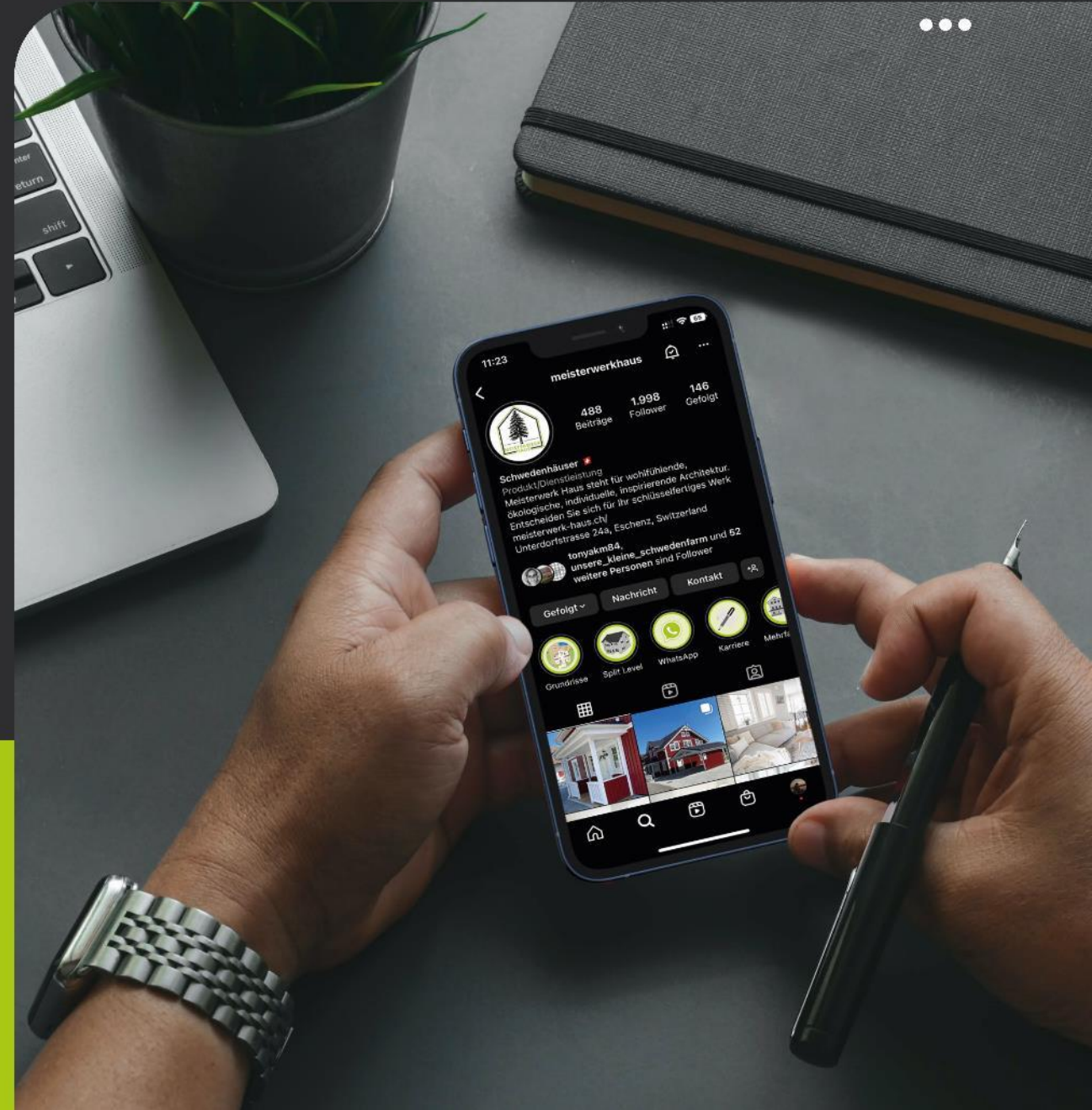
DIGITAL MARKETING REPORT



DIGITAL MARKETING REPORT

UNSER WEG seit 2020

02



GRUNDIDEE

03

- Homepage
- Social Media
- Newsletter
- Ad`s
- Google Business
- CRM

- Katalog (Print)
- Kundenhausbesichtigungen / Events
- Werbeaufschriften Fahrzeuge
- MUND ZU MUND
- Werbeschilder an Kundenhäusern





Erfüllen Sie sich den Traum vom eigenen
Schwedenhaus.
Ihr Traumhaus bauen im schwedischen Stil.

KOSTENLOSE KATALOG BESTELLEN

MacBook Pro

HOMEPAGE

05



Konzeptionierung



Inhalterstellung



Aufbau Homepage



Mobile Kompatibilität



Nachbearbeitung

www.meisterwerk-haus.ch

Schwedenhäuser aus Leidenschaft

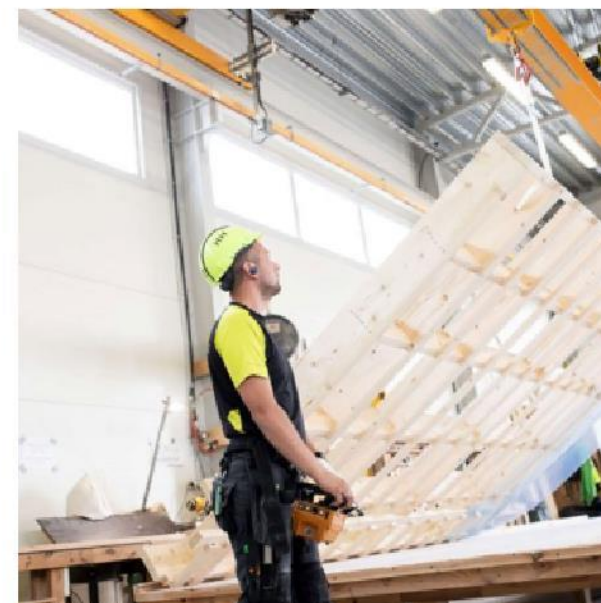
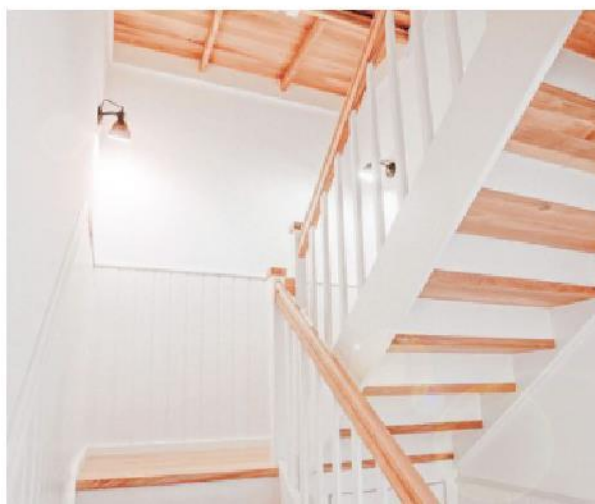


Unsere Philosophie

Unsere Philosophie ist ganzheitlich ausgerichtet: Ihr Wohlgefühl und der Komfort sind uns ebenso eine Herzensangelegenheit wie die Natur, die Ihr Meisterwerk Haus umgibt.

Architektur und Bauausführung

Wir haben das Schwedenhaus und sein jahrhundertealtes Baukonzept erfolgreich an die heutige Zeit angepasst. Das Design des traditionellen Skandinavienhauses passt zu unserer modernen Sichtweise, denn wir bauen nachhaltig, umweltbewusst und individuell.

[Weiterlesen](#)

Wir stehen für Qualität

Unsere Einstellung zu Holz wie auch unsere Bauweise hebt sich von anderen ab. Wir stehen hinter dem was wir tun. Wir möchten Ihnen zu Ihrem Traumhaus verhelfen und unser Bestes geben, Ihren Wunsch zu verwirklichen.

07



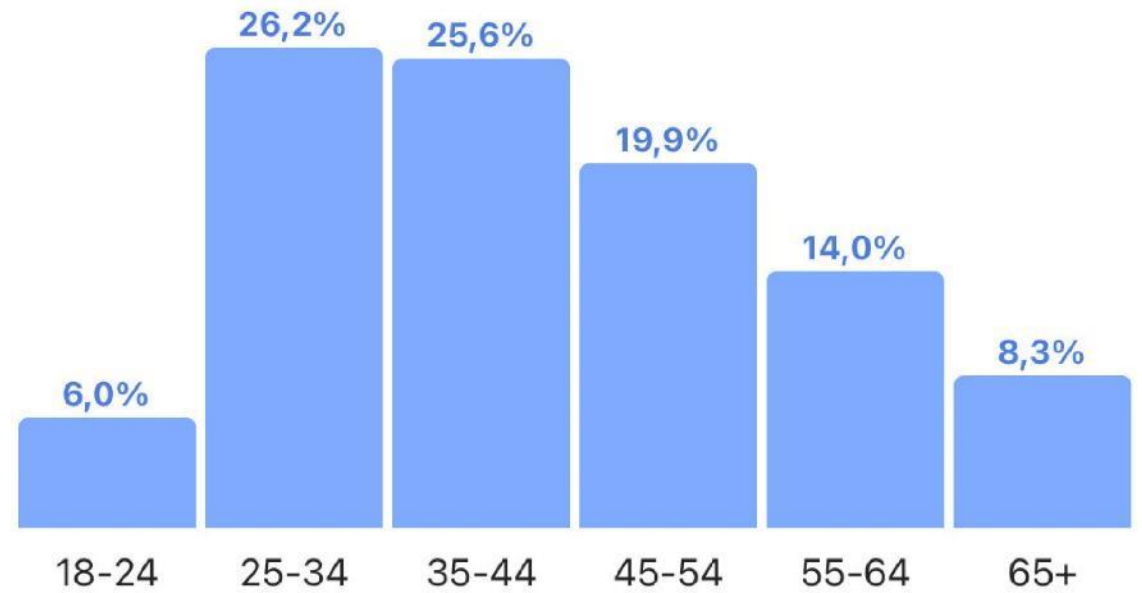
KOMPATIBILITÄT

Aufrufe Beispiel: Google

08

85%

der Besucher sind zwischen 25-64



WEITERE TARGETIERUNG



09

Nach Geschlecht

Wen spreche ich mit welchem Thema besonders an?

Altersgruppen

Welche Altersgruppe spreche ich mit welchem Content an?

Interessen

Für was interessiert sich meine Kundengruppe?

Plattform

Auf welcher Plattform erreiche ich meinen Wunschkunden?

Wohnort

In welchem Gebiet möchte ich meine Kunden akquirieren?

MARKETING KANÄLE

10



Google



Facebook

25-65+



Instagram

14-45



Tik Tok

12-32

GRUNDKONZEPT SOCIALMEDIA ...

11

Inhalt

Posting von qualitativ an die jeweiligen Plattformen angepassten Content welcher dem Nutzer einen Mehrwert bietet.

Publikumsbindung / Engagement

Interaktion mit Nutzern und auf Rezensionen

Markenerwähnungen

Nutzer dazu bringen unsere Marke weiter zu tragen.

Markenreichweite

Durch hochwertigen Content mit Mehrwert, Engagement und Erwähnungen Reichweite sowie Trustfaktor aufbauen. zB. Micasa

12

2%

der Besucher bestellen einen Katalog

Rate der Zielvorhaben-
Conversion

1,96 %



40%

13

der Katalogbesteller besitzen Land

Ort des Abschlusses für das Zielvorhaben	Abschlüsse für Zielvorhaben	% Abschlüsse für Zielvorhaben
1. /katalogbestellung-erfolgreich-nein/	40	 59,70 %
2. /katalogbestellung-erfolgreich-ja/	27	 40,30 %



53x

Anfragen könnten 2022 akquiriert werden



Wie können wir die Online-Präsenz der Marke weiter ausbauen?





- Trends analysieren
- Anpassungen der Strategie und Inhalterstellung
- Erweiterung auf neue Plattformen

NÄCHSTEN SCHRITTE

17

November

Einführung CRM-
Komplettsystem
und Lifestvents

Dezember

Contenterstellung
"Herbst-Winter"
und Lifestvents

Januar

Jahresrückblick und
Strategiegespräche

Februar

Ausbau der Ad-Erstellung
+ Funneltechnik

für die kommenden Monate





Programm

- Kurzes in eigener Sache
- Aktuelle Kommunikationschallenges
- Referat: Roger Hämmerli / Andy Was Right
- Referat: Sebastian Beyer / Meisterhaus
- Referat: Alessandro Stasolla / Clientis BS Bank 
- Podiumsdiskussion mit Q&A
- Apéro & Networking

Praxisbeispiel



Alessandro Stasolla

Leiter Marketing

Clientis BS Bank Schaffhausen



KMU-Marketing der Clientis BS Bank Schaffhausen

Alessandro Stasolla

ITS-Techno-Apéro
29.November 2022

 **Clientis**
BS Bank Schaffhausen

Agenda

- Vorstellung Person und Clientis BS Bank
- Kampagnenplanung Clientis
- Beispiel-Kampagne: Wir Kultivieren Ihre Finanzen
- Digitale Kanäle und Learnings

Profil



Alessandro Stasolla

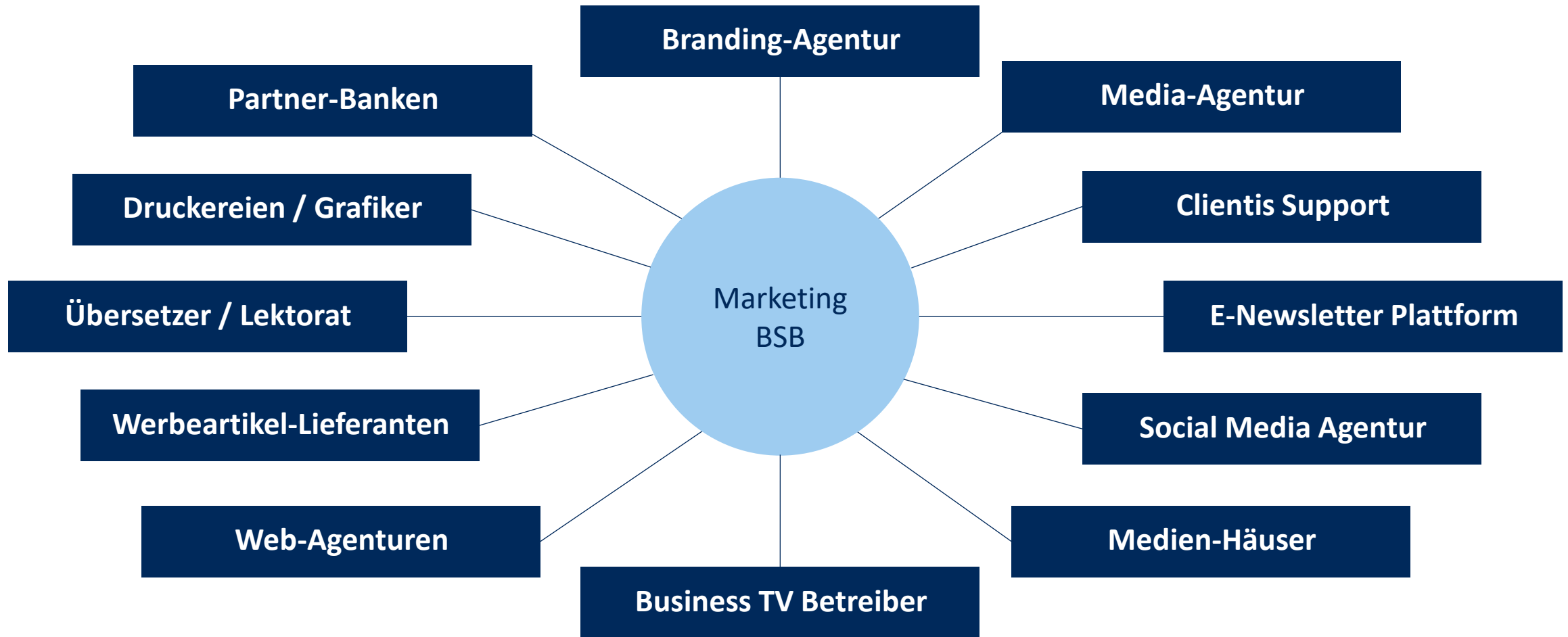
Leiter Marketing

- Eintritt BS Bank: Juni 2021
- 15 Jahre Erfahrung in Marketing und Kommunikation
- MAS Marketing / Marketingfachmann
- Branchen: Verlag, IT, Recruiting, Gesundheitswesen, Banking

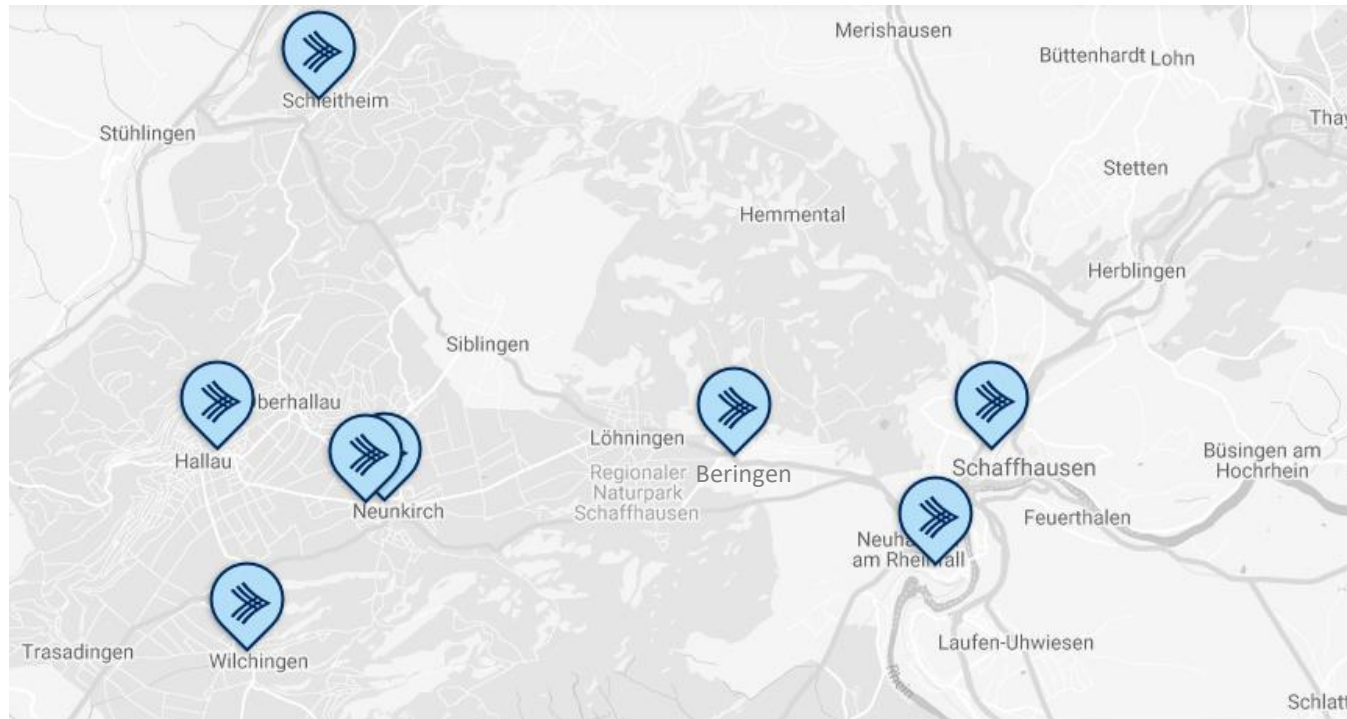
Organisation

- Eine Mitarbeiterin (Teilzeit)
- Clientis Dach-Agentur
- Kreativ- und Social-Media-Agenturen

Unsere wichtigsten Lieferanten und Partner



Unsere Bank



- ✓ **Stärkste Regionalbank** im Kanton
- ✓ Über 180 Jahre Tradition
- ✓ Rating A2 (Moody's)
- ✓ **Clientis Beratungszentrum** in Neunkirch seit 2018
- ✓ 17 regionale Netzwerkpartner
- ✓ Swiss Arbeitgeber-Award 2021



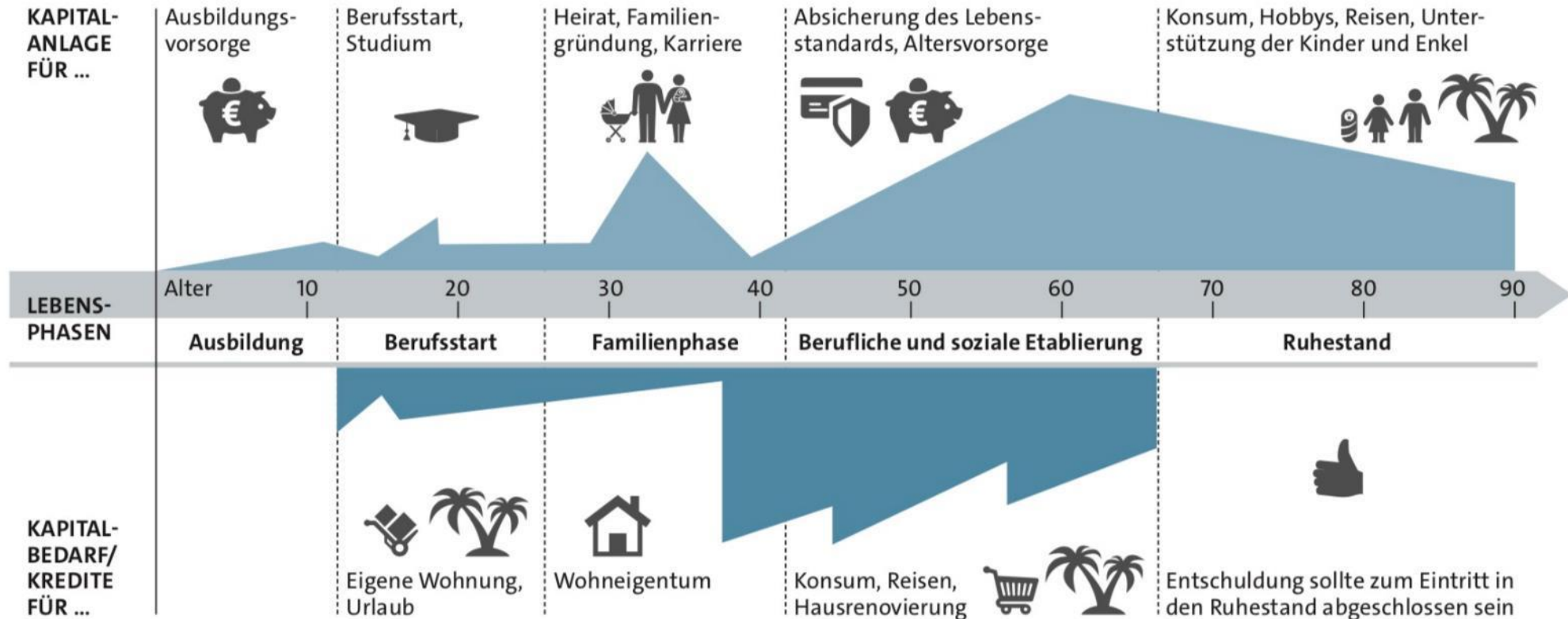
Die Clientis BS Bank steht für Kundenorientierung

- Breite Vertrauensbasis dank regionaler Verankerung und transparenter Produkte
- Grundsolide Bilanzen, starke Kapitalisierung und positives Rating
- Verlässliche Partner für Privatkunden, KMU und Institutionen
- Soziale und gesellschaftliche Engagements in der Region sind uns wichtig



Kunden-Lebenszyklus

Das Lebenszyklus-Konzept



Quelle: Analytica Finanz Research Beratungsgesellschaft • Illustrationen: Mervana/iStock, Alex Belomlinsky/iStock, Vinod Sonin, Freepik

Bedürfnisse der Kunden

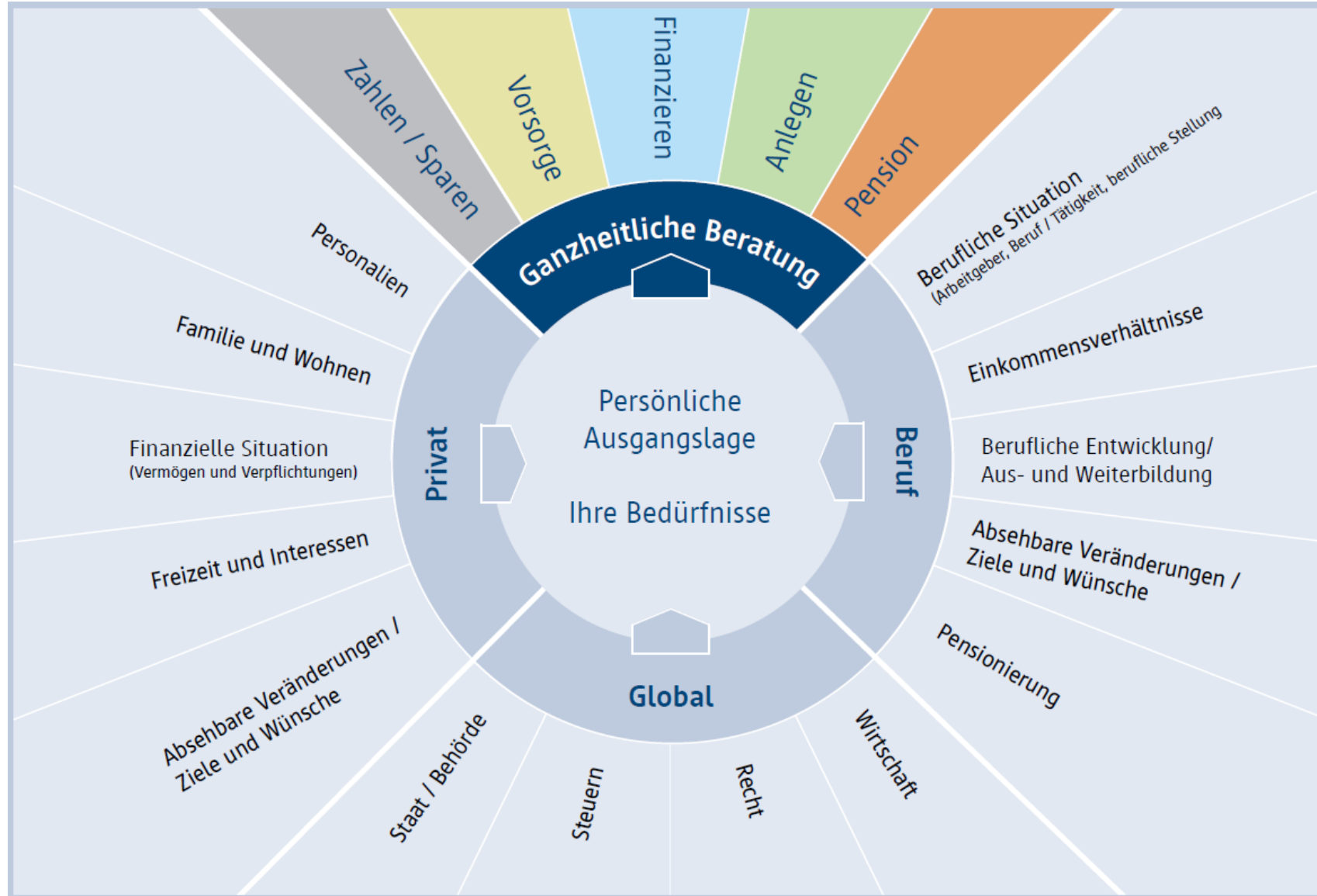


Image- und Produktwerbung

Marktbearbeitung nach Jahresplanung

1 **Ici. Pour vous.**
Qu'importe vos projets.

2 **Ici. Pour vous.**
Qu'importe vos projets.

3 **Ici. Pour vous.**
Qu'importe vos projets.

4 **Financement simple et rapide**

5 **Maison de rêve? Un jeu d'enfant.**

6 **Un chez-soi? Fin prêt.**

7 **Hypothèques sur mesure**

8 **Expertise de placement? Exemplaire.**

9 **Placements ciblés**

10 **Stratégie de placement? Cap maintenu.**

11 **Placements individuels**

12 **Prévoyance? Ça marche.**

13 **Prévoir et économiser des impôts**

14 **Prévoyance? A l'abri.**

15 **Prévoyance optimale**

16 **S'inscrire, maintenant**

17 **Portail clients de Clientis**

- Accès aux services en ligne
- Gestion de vos comptes
- Paiement de vos factures
- Historique de vos opérations
- Notifications en temps réel

18 **e-Banking**

- Transferts d'argent
- Paiement de vos factures
- Services bancaires

19 **Votre banque 24 heures sur 24**

20 **App Mobile Banking**

- Téléchargement gratuit sur l'App Store et Google Play
- Paiement de vos factures
- Services bancaires

21 **Clientis ImmoSnap**

- Évaluation immobilière
- Paiement de vos factures
- Services bancaires

22 **Payer numériquement**

23 **App TWINT**

- Paiement de vos factures
- Services bancaires

24 **Compte privé25**

- Paiement de vos factures
- Services bancaires

25 **Argent de voyage**

- Paiement de vos factures
- Services bancaires

26 **Voyager en toute sécurité**

27 **Fonds Clientis**

- Paiement de vos factures
- Services bancaires

28 **Solution idéale pour votre dépôt titres**

29 **Compte de prévoyance pilié 3a**

- Paiement de vos factures
- Services bancaires

30 **Prévoir et économiser des impôts**

Die Kultivierung Ihrer Finanzen

Pension – den Ertrag geniessen



Anlegen – erfolgreich ernten



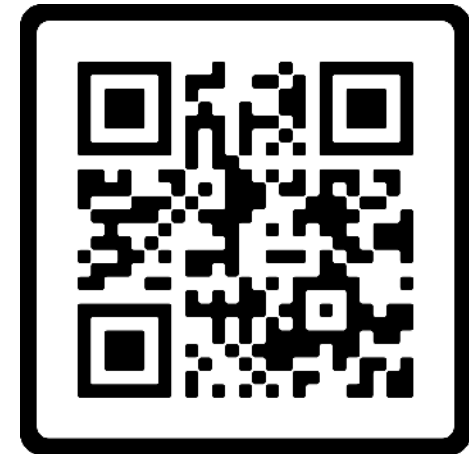
Finanzieren – nachhaltig wachsen



Vorsorge – für die Zukunft giessen



Zahlen / Sparen – Grundlagen säen



Marktbearbeitung

Beispiel «Kultivierung Ihrer Finanzen»



Kundenmailing (Print/Digital)



Plakate Kundenzone



Screen Kundenzone/Bancomat



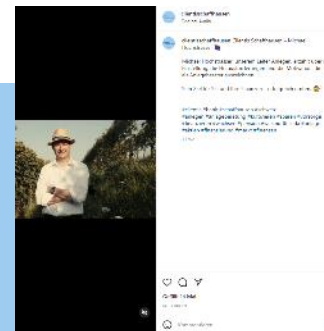
Werbung ÖV



Internet/SEA/SEO



e-Newsletter



Social Media



Banners/Inserate/PR



Video (Image/Testimonial)

Social Media Kanäle

Instagram
(320 F.)



Facebook
(95 F.)



LinkedIn
(215 F.)



Tik Tok (Clientis)
(239 F. / 8.5k Likes)



Clientis
myMix

Learnings Social Media

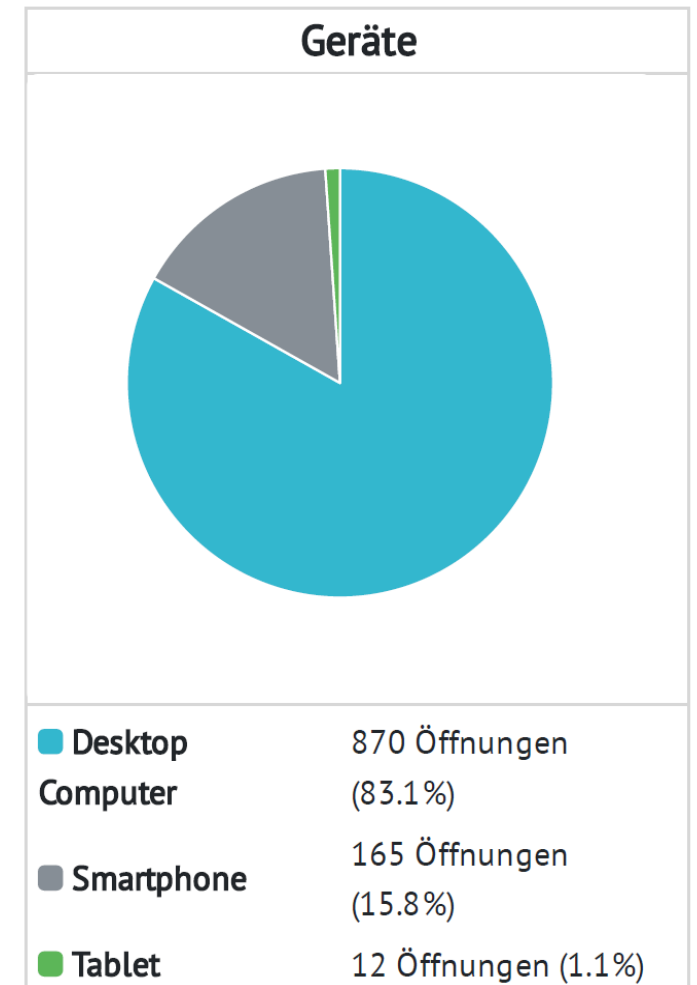
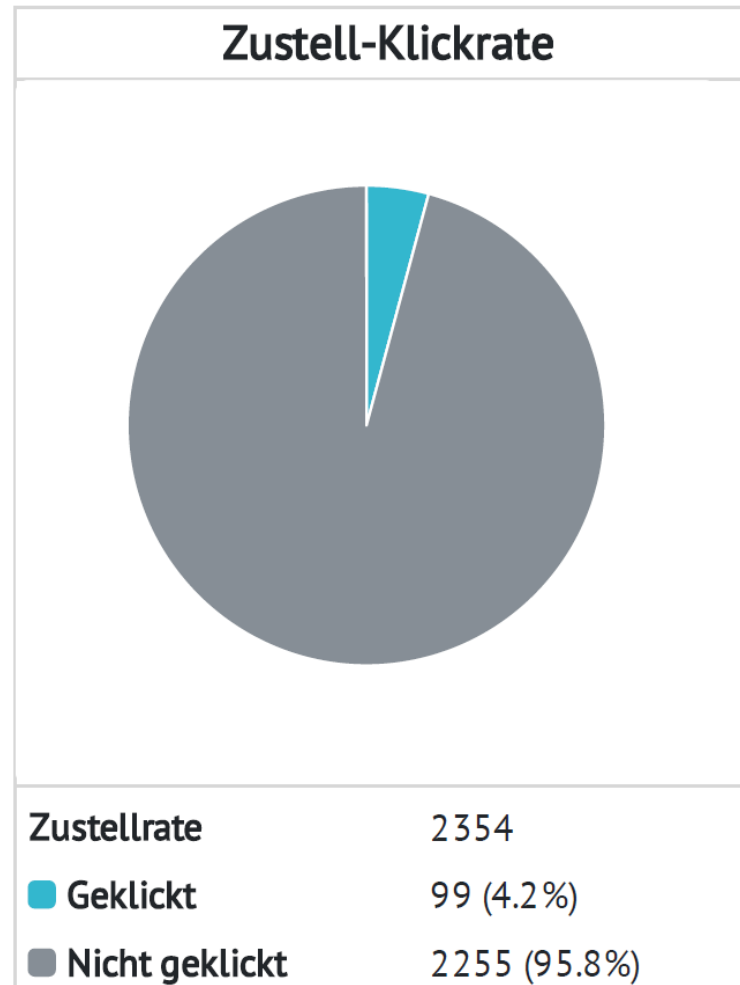
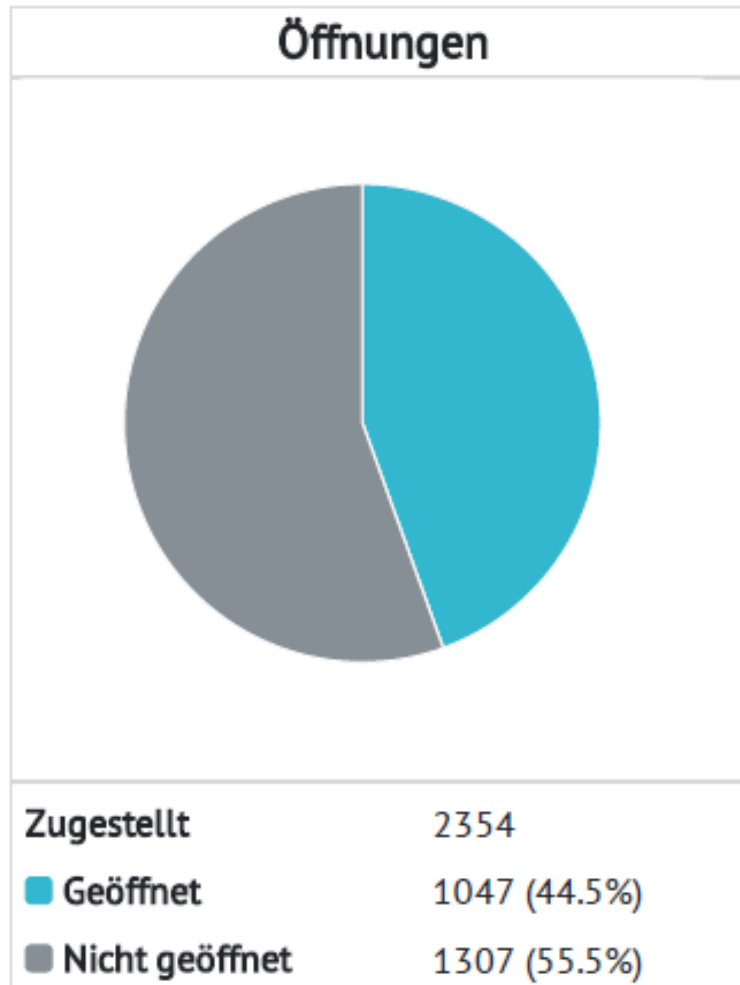


- Fehlende Wissensvermittlung
- Personenbezogene Inhalte erhalten mehr Interaktionen
- Geplantes, regelmässiges Posting erhöht Visibilität
- Inhalt muss für Nutzer der entsprechenden Plattform relevant sein
- Einbindung von Mitarbeitenden auf den sozialen Kanälen
- Bezahlte Kampagnen erhöhen Engagement



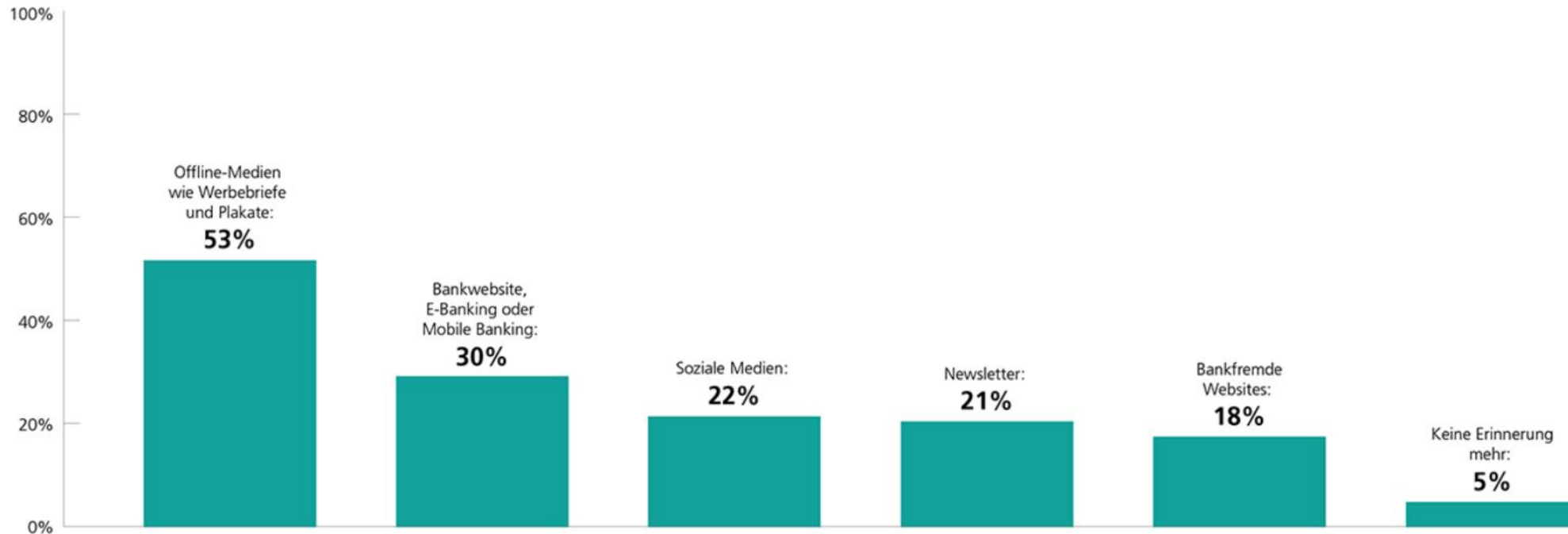
- Redaktionsplan Social Media 2023
- VLOGS und Blogs
- Arbeitsgruppe Employer Branding

Auswertung E-Newsletter



Werbewirkung Offline/Online

Über welchen Kanal haben Sie Bankwerbung wahrgenommen?
(Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Studie «Customer Touchpoints im Banking», Postfinance, 2020

Learnings Offline/Online



- Inhalte mit Bezug auf Region erhöhen Klicks
- Offline-Massnahmen generieren mehr Leads/Beratungsgespräche
- Verknüpfung Online- und Offlinemassnahmen
- Live-Marketing nach wie vor wichtiges Instrument in der Region SH



- Optimale Bedienung aller Touchpoints (Online/Offline)
- Aktive Messung der Kampagnen mit Massnahmen für 2023

Besten Dank!

Clientis BS Bank Schaffhausen AG
Alessandro Stasolla
Leiter Marketing
Industriestrasse 12, 8212 Neuhausen

Tel. +41 52 674 04 11

alessandro.stasolla@bsb.clientis.ch

bsb.clientis.ch

Programm

- Kurzes in eigener Sache
- Aktuelle Kommunikationschallenges
- Referat: Roger Hämmerli / Andy Was Right
- Referat: Sebastian Beyer / Meisterhaus
- Referat: Alessandro Stasolla / Clientis BS Bank
- Podiumsdiskussion mit Q&A 
- Apéro & Networking

Podium



Roger Hämmerli
Gründer & Managing Partner
Andy Was Wright



Cédric Bochsler
Social Media Manager
Hingucker



Sebastian Beyer
Vertriebsmanager
Meisterwerk Haus



Alessandro Stasolla
Leiter Marketing
Clientis BS Bank Schaffhausen

Programm

- Kurzes in eigener Sache
- Aktuelle Kommunikationschallenges
- Referat: Roger Hämmerli / Andy Was Right
- Referat: Sebastian Beyer / Meisterhaus
- Referat: Alessandro Stasolla / Clientis BS Bank
- Podiumsdiskussion mit Q&A
- Apéro & Networking 

IVS Innovationspreis der Schaffhauser Platzbanken

Bewerben bis 31. Jan 2023!
its.sh.ch/innovationspreis



its

WIR FÖRDERN
TECHNOLOGIE
UND INNOVATION.

[its.sh.ch](https://www.its.sh.ch)



Wir vernetzen.

Danke für die Aufmerksamkeit.



ITS – Industrie- & Technozentrum Schaffhausen
Freier Platz 10
8200 Schaffhausen
marco.jaggi@its.sh.ch
052 569 89 99