



Zielgruppen erreichen.
Nutzen sichtbar machen.
Wirkung erzielen.

**3 Impulse, wie Sie Ihre IT-Dienstleistung
erfolgreich vermarkten –
jenseits von Technikfloskeln.**

KLAR, EMOTIONAL UND STRATEGISCH DURCHDACHT

Dieses Whitepaper zeigt Ihnen,
wie Sie Ihre IT-Dienstleistung so positionieren,
dass sie nicht nur verstanden,
sondern gewollt wird.

3 WERTVOLLE IMPULSE:

01

Vom Feature zur Transformation

So wird Ihr Angebot greifbar und gewollt

02

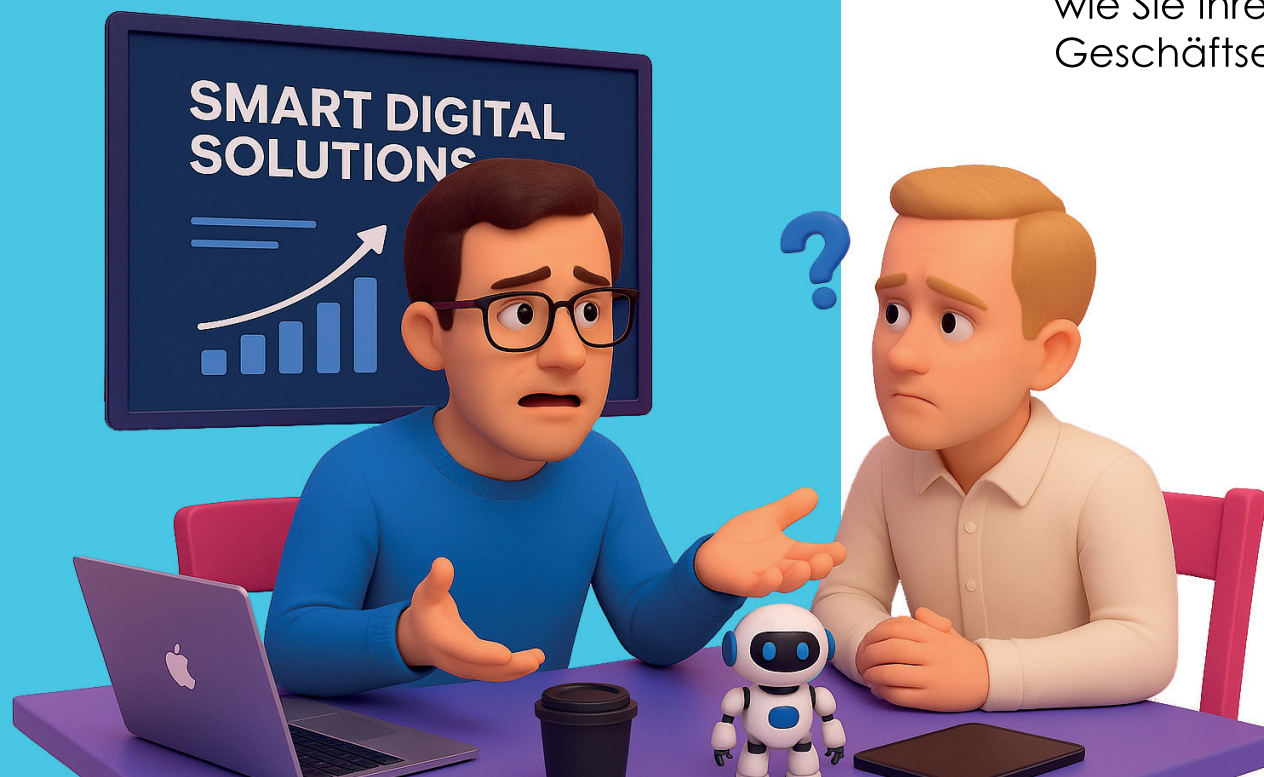
Personalisierung statt Einheitsgröße

So treffen Sie Ihre Zielgruppe punktgenau

03

Storytelling statt Faktenflut

So wird Ihre Lösung zum Erfolgserlebnis



Starke Leistung sichtbar machen

Warum Klarheit und Wirkung im IT-Marketing entscheidend sind

Im hart umkämpften IT-Markt ist es eine Herausforderung, sich von der Masse abzuheben. Viele IT-Unternehmen bieten großartige Produkte und Dienstleistungen an, doch die wahre Kunst liegt darin, diese richtig zu kommunizieren.

Denn selbst das beste Softwareprodukt ist nur so stark wie seine Fähigkeit, den Mehrwert klar und verständlich zu vermitteln.

In diesem Whitepaper stellen wir Ihnen drei wertvolle Impulse vor, die Ihnen helfen, Ihre IT-Dienstleistung oder Software so zu positionieren, dass sie nicht nur verstanden, sondern auch gewünscht wird.

Es geht nicht um technische Features – es geht darum, wie Sie Ihre Lösung als unverzichtbaren Bestandteil des Geschäftserfolgs Ihres Kunden präsentieren.

01 Vom Feature zur Transformation

Den Nutzen in den Vordergrund stellen

Sie sind IT-Entscheider – und verfolgen ein klares Ziel:
Probleme lösen und echte Verbesserungen ermöglichen.

Doch im Alltag erleben wir immer wieder:
Wer tief im Produktwissen steckt, spricht häufig über
technische Features – statt darüber, welchen konkreten
Nutzen diese für die Anwender*innen bringen. Dabei liegt
genau darin der Schlüssel zu wirksamer Kommunikation.

*Ihr Schlüssel
zur wirksamen Kommunikation:*

Wie viele IT Unternehmen bisher kommunizieren:

Unsere Software bietet eine
Echtzeit-Datenanalyse, die sämtliche
Unternehmensdaten in einer
benutzerfreundlichen Oberfläche
zusammenführt.

tac Empfehlung – Gleiche Aussage, nur nutzenorientiert

Treffen Sie bessere Entscheidungen –
schneller als der Wettbewerb.
Unsere Software bereitet Ihre Daten
automatisch auf und stellt sie in Echtzeit da, so
dass Sie sofort die richtigen Entscheidungen
treffen können – ob im Tagesgeschäft oder in
der nächsten Strategierunde.

Warum es funktioniert:

Dieser Ansatz spricht direkt die Bedürfnisse des
Kunden an, anstatt nur eine technische
Funktion zu benennen. Der Aha-Moment für
den Leser entsteht, wenn er versteht, wie er von
der Lösung profitieren kann

– nicht nur, was sie technisch kann.

02 Personalisierung statt Einheitsgröße

Die Zielgruppe genau kennen

In der IT entscheidet nicht nur das Produkt – sondern wie darüber gesprochen wird.

Selbst die beste Lösung bleibt unter dem Radar, wenn sie an den falschen Adressaten kommuniziert wird. Funktionen, die für Tech-Teams bahnbrechend sind, lösen bei der Geschäftsführung oft nur ein Schulterzucken aus – und umgekehrt.

Wer nicht klar benennt, für wen das Produkt entwickelt wurde und welches konkrete Problem es löst, läuft Gefahr, überhört zu werden.

Wer alle ansprechen will, erreicht oft niemanden. Je klarer Ihre Zielgruppe, desto wirksamer Ihre Kommunikation. Erst wenn Sie die Sprache Ihrer Zielgruppe sprechen und ihre Herausforderungen verstehen, entsteht echte Relevanz – und aus Interesse wird Vertrauen.

*So entsteht
eine echte Relevanz:*

So geht's:

Segmentieren Sie Ihre Zielgruppe: Stellen Sie sicher, dass Sie wissen, welche Branche, Unternehmensgröße oder Art von Entscheidungsträgern Sie ansprechen.

Erstellen Sie maßgeschneiderte Botschaften: Anstatt eine allgemein gehaltene Aussage zu formulieren, sprechen Sie direkt die Schmerzpunkte und Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe an.

Beispiel:

Wenn Ihr Produkt für die Finanzbranche gedacht ist, verwenden Sie Aussagen wie: „Optimieren Sie Ihre Compliance-Prozesse und sparen Sie durch unsere Lösung 20% an Verwaltungskosten – maßgeschneidert für Finanzdienstleister.“

Warum es funktioniert:

Indem Sie Ihre Lösung an die spezifischen Bedürfnisse einer klar definierten Zielgruppe anpassen, schaffen Sie Vertrauen und zeigen, dass Sie die Herausforderungen Ihrer Kunden verstehen.

Der Aha-Moment tritt ein, wenn der Leser erkennt:

*„Das ist genau das,
was wir brauchen!“*

03

Storytelling statt Faktenflut Fakten erklären – Geschichten überzeugen.

„Erzählen Sie eine Geschichte, nicht nur Fakten“ –
Der Schlüssel zur Emotionalität

Menschen erinnern sich an Geschichten,
aber nicht an technische Daten.

Ein effektives Marketing nutzt Storytelling,
um Produkte und Dienstleistungen in einen realen Kontext
zu setzen.

Ihre Software oder Dienstleistung wird so zu einem Teil
der Erfolgsgeschichte des Kunden
– und nicht nur ein weiteres Produkt.

*Ihr Produkt
macht den Unterschied:*

Beginnen Sie mit einer Problemstellung:

Beschreiben Sie ein realistisches Problem,
das Ihre Zielgruppe kennt

– idealerweise aus ihrer eigenen Branche.

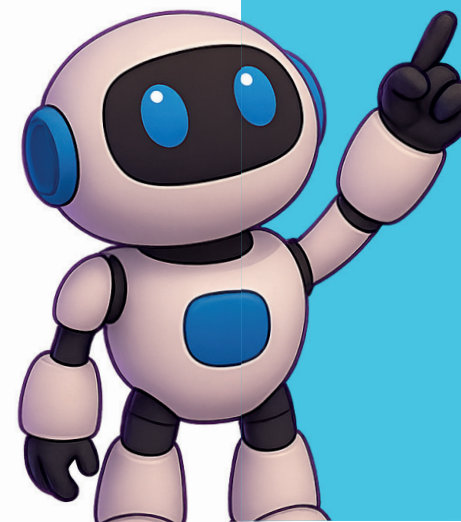
Zeigen Sie anhand Best-Practice-Cases, dass es funktioniert:

Zeigen Sie, wie Ihre Lösung dieses
Problem löst und welche Erfolge daraus
resultieren.

Beispiel:

*„Die XYZ GmbH stand vor der
Herausforderung, ihre Lagerbestände in
Echtzeit
zu überwachen.*

*Durch die Implementierung unserer
Softwarelösung konnte das Unternehmen
den Aufwand für manuelle
Bestandsaufnahmen halbieren
und gleichzeitig Fehler um 30% reduzieren.“*



DREI IMPULSE – EINE KLARE RICHTUNG.

Wenn Sie verstanden haben, warum Nutzenkommunikation, Zielgruppenfokus und Storytelling entscheidend sind, dann liegt der nächste Schritt auf der Hand:
Bringen Sie dieses Wissen in die Umsetzung.



Fokus auf Nutzen

Betonen Sie nicht nur die Funktionen, sondern wie Ihr Produkt das Leben des Kunden verbessert. Stellen Sie sicher, dass der Nutzen sofort erkennbar ist.



Treffer sichere Kommunikation

Segmentieren Sie Ihre Zielgruppen und erstellen Sie maßgeschneiderte Inhalte, die ihre spezifischen Bedürfnisse ansprechen.



Storytelling mit Wirkung

Verpacken Sie Ihre Lösung in eine Geschichte, die Ihre Zielgruppe anspricht und die emotionale Verbindung zur Marke stärkt.

Wenn Sie Fragen zur Markenbildung in der IT
oder weitere wertvolle Informationen rund ums Marketing haben,
sind wir gerne für Sie da:

www.tacoffice-marketing.de

Tel: +49 721 942695-0



JETZT MARKENPOTENZIAL STEIGERN

– mit dem Workshop zur strategischen Positionierung

Wenn Sie noch mehr über Ihr Potenzial im Marketing erfahren wollen, sollten Sie unseren Workshop buchen. Hier erarbeiten wir gemeinsam, was Ihr Unternehmen wirklich ausmacht und wie Sie für Ihre Zielgruppe unverzichtbar werden lässt.

www.tacoffice-marketing.de/workshop

