

Beeindrucken sie schon, oder...

Eine Ermutigung von Franz Hirschmugl

1

Die Ökonomie
der
Aufmerksamkeit



work
hard

have
fun

make
history

Wir müssen schnell über Trevor Noah reden



COMEDY CENTRAL **STORE**

SHOP BY SHOW SHOP BY PRODUCT BEST SELLERS NEW ARRIVALS AS SEEN ON CC

INTERNATIONAL SHIPPING

THE DAILYSHOW
WITH **TREVOR NOAH**

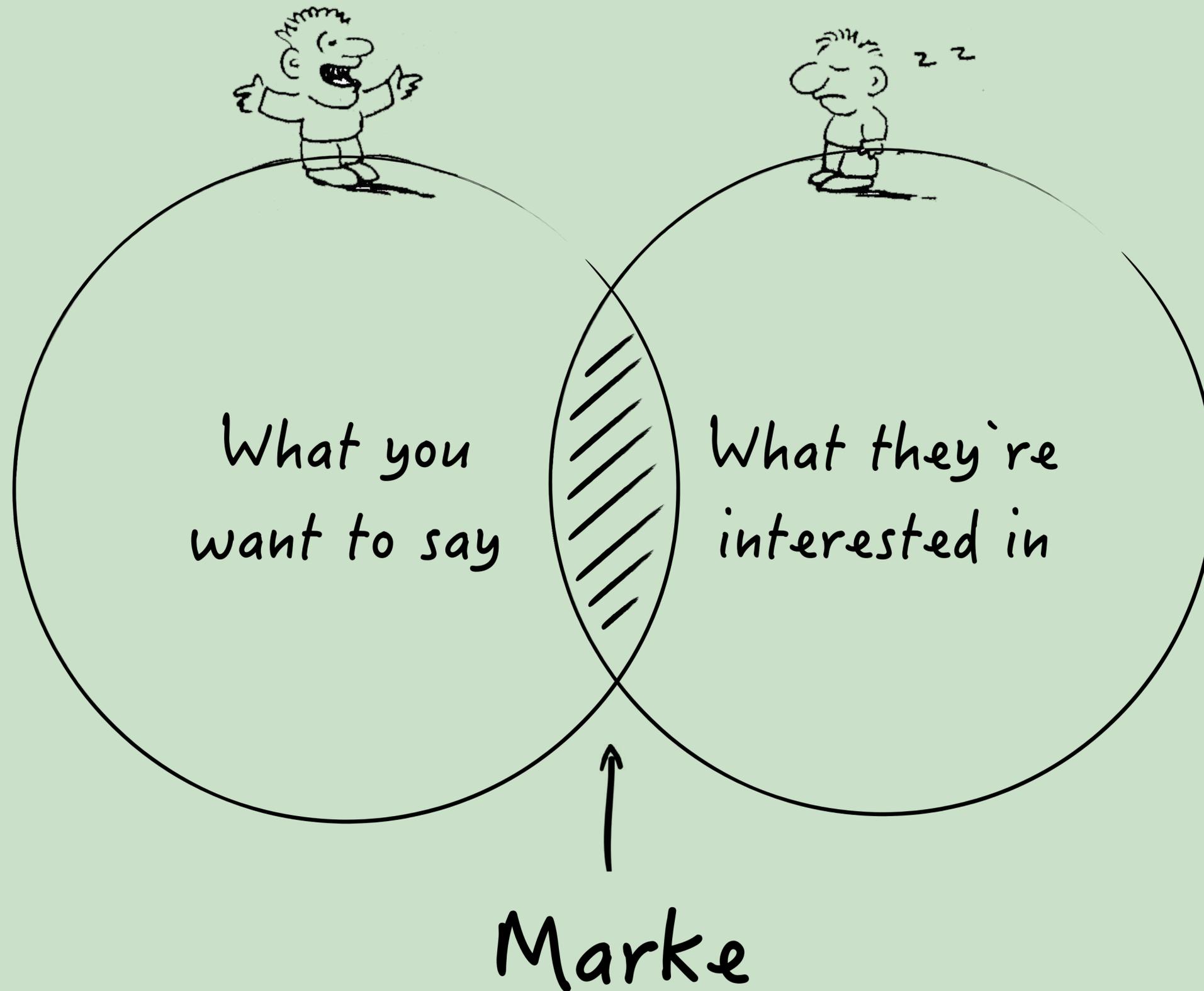


Home Clothing Accessories Drinkware Home & Office Shop All



2

**Das Dagmar-
Koller-
Syndrom**



3

Culture eats strategy for breakfast

Oder: Liedership matters...

4

Wie geht
beeindrucken?

Acht Anregungen.



#1 **Wen genau meinen wir?**

„Eher ...“ würde schon genügen



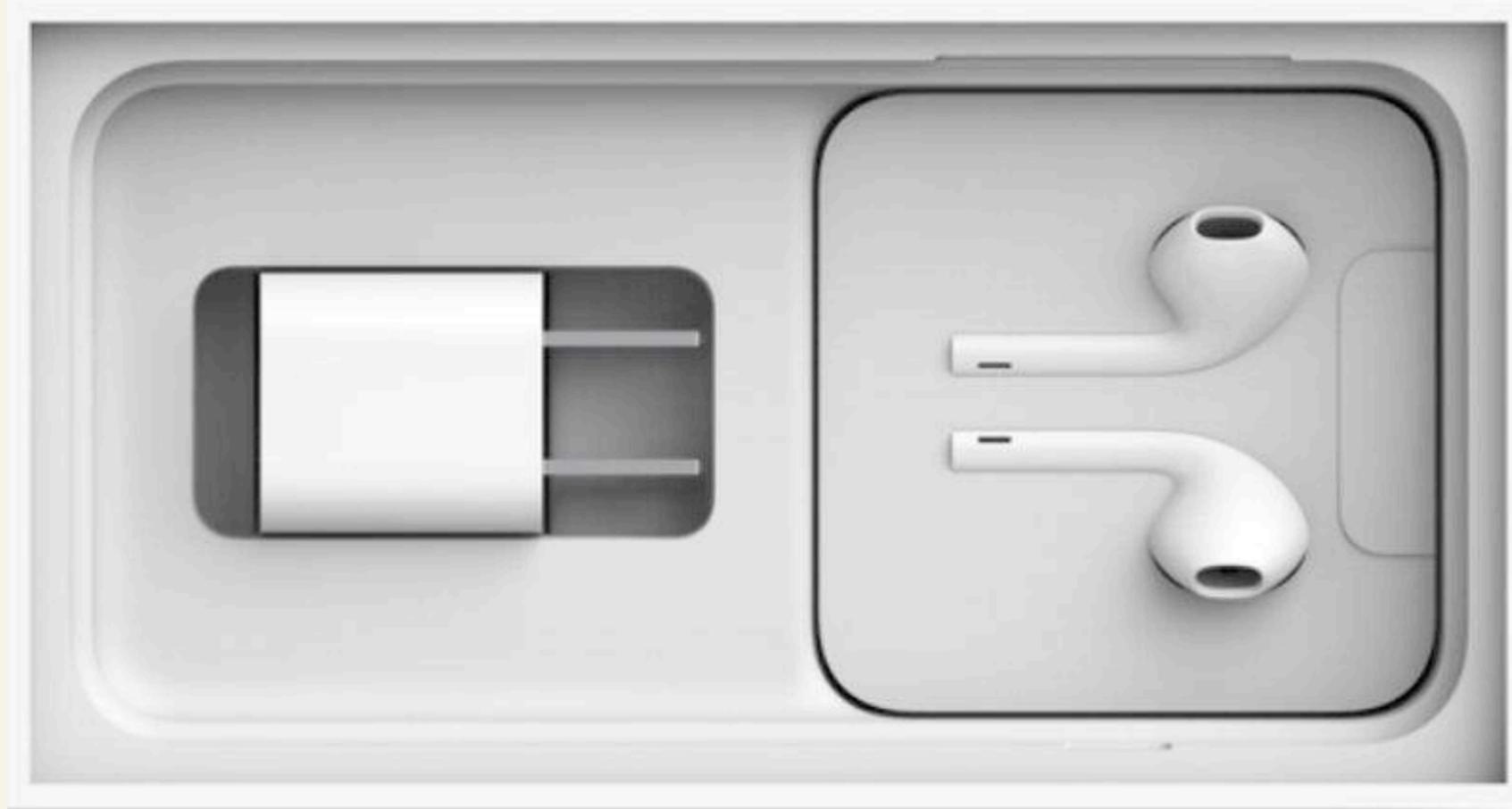
„Die Gefahr liegt darin, dass Sie auf Grundlage dessen handeln, was Ihrer Meinung nach den Kunden befriedigt. Sie werden unvermeidlich falsche Vermutungen anstellen. Die Antworten mehr oder minder zu erraten, das sollte man nicht einmal versuchen. Man sollte immer zu den Kunden gehen und systematisch nach diesen Antworten suchen.“

Peter Drucker



#2 Anspruch ist zumutbar

Oder: Fordern Sie die Kundschaft!



#3 Seitenwechsel?!

Der talentierte Schüler und seine Feinde





#4 Lebe lieber ungewöhnlich

Wieviel ist $2+2$?



Ent
Öst

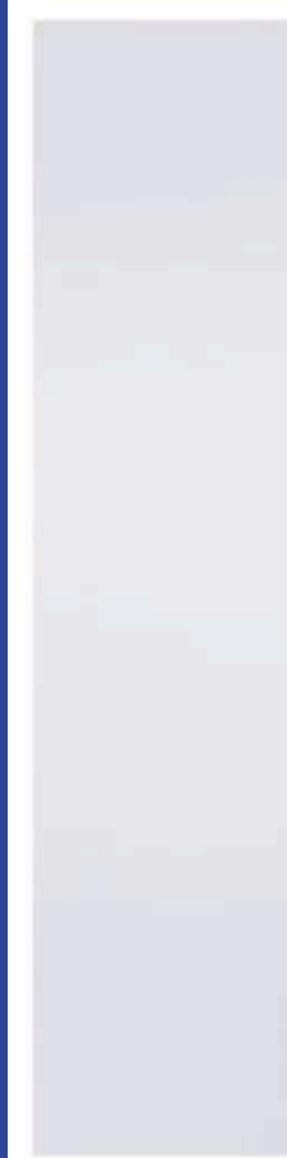


#FEELAUSTRIA
die lassen
wir uns treiben
Leichtigkeit

 Österreich
ankommen
und aufleben

austria.info

austria.info



A woman with dark skin and a pink headscarf with a colorful pattern is shown from the chest up. She is wearing a vibrant, multi-colored patterned jacket over a red collared shirt. She is holding a bright yellow shoe with a silver decorative element. The background is a solid, bright pink. In the top right corner, there is a logo for '150 JAHRE' with a small figure above the number. At the bottom, the text 'HUMANIC' is written in large, bold, white capital letters, and 'Frag Franz.' is written below it in a smaller, white, sans-serif font.

150
JAHRE

HUMANIC
Frag Franz.



#5 Menschen folgen Menschen

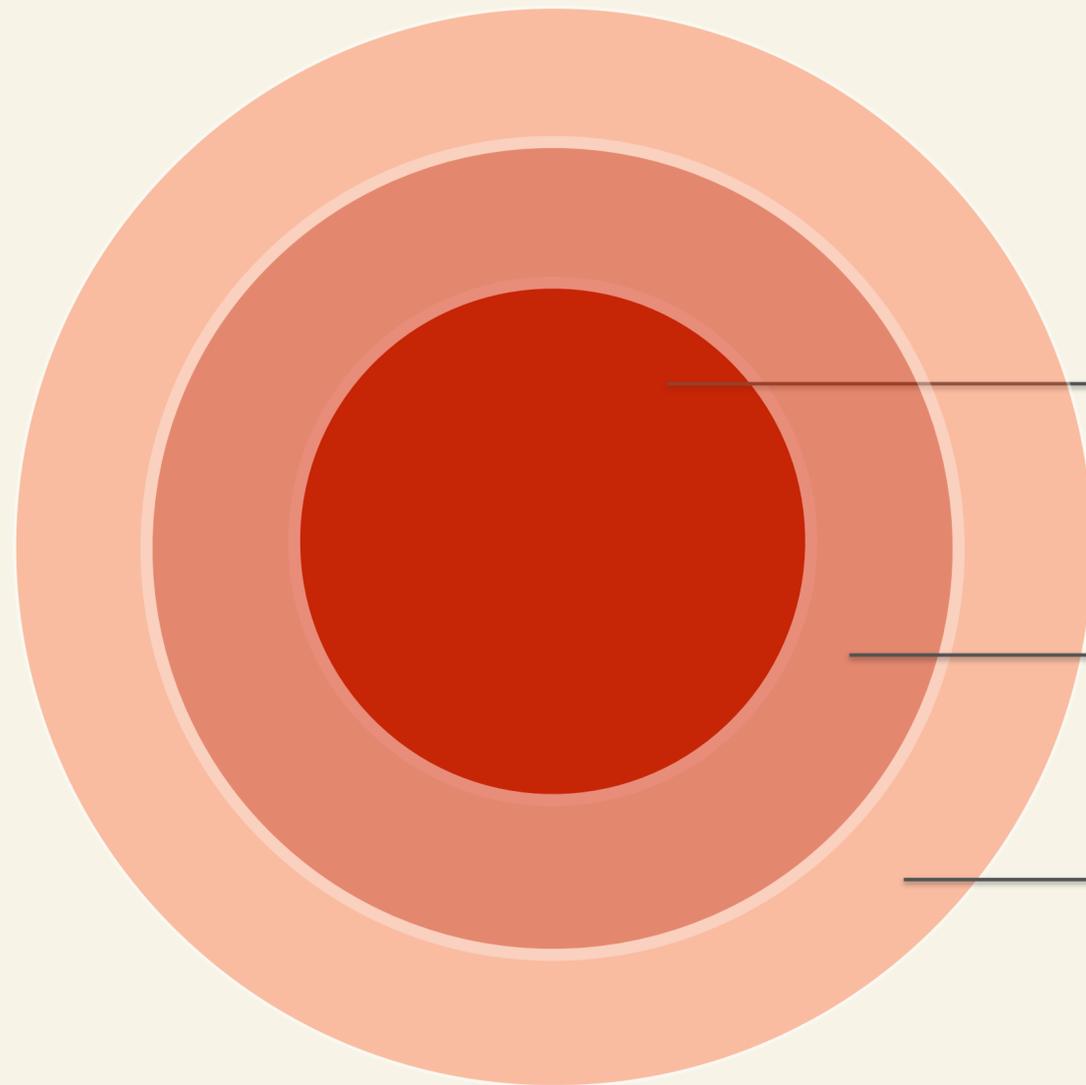
... , die Haltung zeigen



#6 Fokus? Ins Regal statt auf die Palette

Oder: Wer wird das teilen wollen?

Wer wird das teilen wollen?



1. Ordnung

Dieser Content ist so beeindruckend, dass er „geteilt“ wird, sei es von Profis wie Journalist:innen oder Influencer:innen oder auch von Privatpersonen. Hier startet das Thema „Community“.

2. Ordnung

Inhalte die user-zentriert sind, aber nicht gesucht werden. Und die deshalb aktiv über Owned- und Paid-Media vertrieben werden.

3. Ordnung

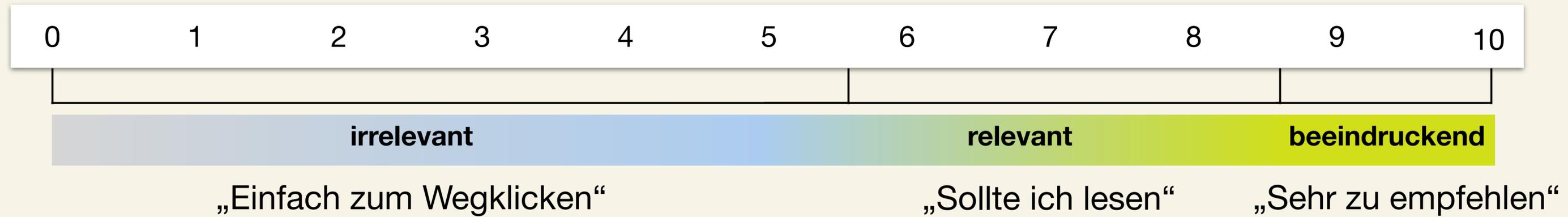
Dieser Inhalt „muss unbedingt auf die Homepage“. Folgerichtig schmeckt er meist nur dem Angler, nicht den Fischen. Sprich, er ist nicht user- sondern absender-zentriert.



**#7 Würde ich das selbst
lesen/sehen/nutzen wollen?**

Pfarrgemeinderat oder Apple?

Würde ich das selbst lesen wollen



1 Die knappste Ressource? Aufmerksamkeit

2 Wen genau könnte das interessieren?

3 Fordern wir die Kund:innen?

4 Palette oder Regal?

5 Und zu guter Letzt

**INSTITUT
FÜR
MARKEN-
ENTWICKLUNG
GRAZ**

www.ifmg.at