



Wir informieren Sie über internationales B2B+-Marketing

B2B+-Kommunikation *Deutschlan & China*

Zukunftsmarkt | Für viele westliche Unternehmen ist China trotz stagnierenden Wirtschaftswachstums ein interessanter Markt, der viele Chancen, aber auch Risiken birgt. Der professionellen, strategisch durchdachten Marketing-Kommunikation kommt bei der Markenpositionierung eine zentrale Rolle zu.

Zahlreiche deutsche Firmen konnten sich in China in den vergangenen Jahren als geschätzte und zuverlässige Partner etablieren. „Made in Germany“ ist als Qualitätsmerkmal aber heute nicht mehr ausreichend. „Unternehmen müssen in der Kommunikation zeigen, was sie über hohe Qualität und Präzision hinaus vom Wettbewerb unterscheidet. Um sich besser abzuheben ist es wichtig, mit der Unternehmensstory, Tradition und Firmenkultur einen unverwechselbaren. Die Liste der Herausforderungen für Marketing-Verantwortliche in diesem sich schnell ändern den

Ausführliche Informationen zum Thema sowie Praxisleitfäden und Best Cases aus der Industrie finden Sie in den beiden

„B2B+-Kommunikation in China & Deutschland – Wo-rauf es beim Einstieg in die Marketing-Kommunikation ankommt“

Markt ist lang: Dazu gehören kulturelle und sprachliche Unterschiede, die zunehmende lokale Konkurrenz, ständige Gesetzesänderungen, der Schutz des geistigen Eigentums, der Mangel an qualifizierten Arbeitskräften, steigende Lohnkosten und vieles mehr. Wer in China erfolgreich agieren will, braucht sehr genaue Marktkenntnisse und landesspezifische Fachkompetenz. Darauf abgestimmt müssen B2B-Marketer eine belastbare Strategie entwickeln und diese im **Marketingmix** ganzheitlich für Produkt, Distribution, Preis und Kommunikation umsetzen. Agenturpartner mit China-Erfahrung sind dabei nahezu unerlässlich.

Andere Länder, andere Sitten

Dass es im asiatischen Kulturraum andere Regeln und Werte gibt als in Westeuropa, ist weithin bekannt. Die gründliche Recherche zum richtigen Umgang mit chinesischen Geschäftspartnern ist daher ein Muss. Außerdem sollte man bedenken, dass in vielen chinesischen Unternehmen immer noch strenge Hierarchien vorherrschen, die den Entscheidungsprozess wesentlich beeinflussen. Zusätzlich gilt es, sprachliche Barrieren zu über-

winden. Obwohl viele Chinesen Englisch sprechen, bleibt Chinesisch, genau genommen Mandarin (Hochchinesisch), die Amtssprache, in der verhandelt wird und die auch für alle Kommunikationsmaßnahmen gilt. „Für Chinesen ist es sehr schwierig, sich englische Produktnamen zu merken. Wenn wir das erreichen wollen, müssen wir den Namen ins Chinesische übersetzen und mit einem chinesischen Produktnamen erklären

Geschmäcker sind verschieden: Während hierzulande im B2B meist ein dezenter, technologiezentrierter Look angesagt ist, wählt man in China eher leuchtende Farben und emotionale Motive. Das bedeutet jedoch

nicht, dass deutsche Firmen ihr Markenimage komplett dem chinesischen Gusto unterwerfen müssen. „Die Identität einer Marke ist immer individuell und vom Unternehmen und seiner Industriebranche abhängig. Viele Firmen pflegen heute eine globale Identity-Welt, die zum Teil lokalisiert und angepasst wird

Messen und Beziehungspflege als Chance

China hat sich trotz abgeschwächten Wirtschaftswachstums zum wichtigsten Messeplatz Asiens entwickelt. Im Hinblick auf die Aussteller ist die chinesische Messewirtschaft vorwiegend klein- und mittelständisch geprägt – national wie international. Dieses Kommunikationsinstrument ist deshalb ein empfehlenswerter Startpunkt für die Ausrichtung und Etablierung der eigenen China-Geschäfte. Darüber hinaus eignen sich Messen hervorragend, um Kontakte zu **Kunden und Partnern zu knüpfen**.

„Die meisten chinesischen Marketinginstrumente sind denen ähnlich, die wir in Deutschland einsetzen. Aber anstatt den Inhalt nur ins Chinesische zu übersetzen, müssen wir sicherstellen, dass der Content dem lokalen Markt entspricht. Noch wichtiger ist es, dem Beziehungsaufbau in China mehr Aufmerksamkeit zu widmen.

Dabei muss man wissen, dass in China kaum privaten und beruflichen Beziehungen Beziehung unterschieden wird. Das erklärt die enorme Bedeutung von Social Media auch für das B2B-Marketing.

Diese Form von Beziehungsarbeit erfordert neue Prozesse und damit ein grundlegendes Umdenken bei deutschen Unternehmen.

Mobile Medien als Megatrend in China

Der Internetmarkt mit dem Fokus auf mobilen Medien entwickelt sich in China besonders rasant. Dies ist insofern bemerkenswert, da Unternehmen vor Ort nicht nur mit langsamen Internetzugängen sondern auch mit staatlicher Zensur zu kämpfen haben. Werbungtreibende deutsche Unternehmen müssen daher Wege finden,

ihre Botschaften trotz aller Hürden effizient und effektiv zu verbreiten. Alternativen zu den geblockten Kanälen Google, Facebook, YouTube oder Xing gibt es auch in China. Diese sinnvoll mit Inhalt zu befüllen, ist die wichtigste Aufgabe für Kommunikations-Verantwortliche.

Neben der Social-Media-Plattform **Weibo** – einer Kombination aus Facebook und Twitter – gilt vor allem **WeChat** als das dominierende Social-Media-Tool. Der Instant Messenger funktioniert ähnlich wie WhatsApp, hat aber noch weitaus mehr Funktionen. Bei **Aladin1.com** in China ist **WeChat** daher ein fester Baustein der digitalen Strategie. „Die meisten Unternehmen, die auf dem chinesischen Markt tätig sind, haben mindestens eine WeChat-Plattform. Nicht nur, weil fast jeder Chinese einen WeChat-Account hat, sondern auch, weil das neue Marketing-Kommunikations-Schema in China die exklusive Kundenbeziehung unterstreicht.

Um die Funktionsweise der chinesischen Gepflogenheiten, Plattformen und Netzwerke verstehen zu lernen, ist gerade zu Beginn des Kommunikationsprozesses der Austausch mit den chinesischen Mitarbeitern vor Ort besonders wichtig. Es empfiehlt sich, mithilfe ihres Inputs den eigenen Markenauftritt, die Kampagnen und Kommunikationsmittel mit einer interkulturell und international verständlichen Darstellung zu entwickeln, ohne dabei das Bild der deutschen Marke infrage zu stellen. Kluge und flexibel angelegte Kommunikationsstrategien sind die Basis eines langfristig angelegten wirtschaftlichen Erfolgs deutscher Industrieunternehmen in China.

Die beiden Whitepapers „B2B+-Kommunikation in China – Worauf es beim Einstieg in die Marketing-Kommunikation ankommt.



NETT-TEL CO. LTD.

ALADIN MARKETING GmbH

Steinstr. 49, 311 Sarstedt / Germany

E-Mail: info@aladin-Marketing.de

www.aladin-marketing.de www.aladin1.com

Aladin1.com Veranstaltungen

20.04.2019: ALADIN B2B+ MESSE
YIWU Messe (Yiwu/China)

29.09.2019: Start Unsere Dauerhaft Aladin1
Supermarkt Messe (Yiwu/China)

29.09.2019: Start Unsere B2C+ Plattform
von internationalem B2B+-Marketing“,
Parallel in CHINA & DEUTSCHLAND

28.09.2019: ALADIN B2B+ MESSE
Hannover Messe (Hannover/Germany)

29.09.2019: Start Unsere Dauerhaft Aladin1
Supermarkt Messe (Hannover/Germany)

Aladin1.com B2B+ Plattform:

"Multi-Channel-Retail"

B2B+-Marketing-Mix

Unsere unvergleichbare und weltweit Erstmalige

Online & offline Angebot:

Der Handel im Spannungsfeld zwischen

Old und New Economy

1. **Eigene Online-Webseite auf unsere Plattform** (Unbegrenzte Informationen und Beschreibung Ihrer Produkte und Dienstleistungen, Fotos, Video, Daten)
2. **Eigene Online-Shop** (unbegrenzte Foto und Video Daten für Ihre Produkte und Ihre Dienstleistungen)
3. **Das Print-Advertising** (Papier und elektronische Kataloge Ihrer Unternehmen & Produkte auf unserer Plattform zum Download und auf Unsere & Partner Fachmessen)
4. **Online-Marketing** (SEA und SEO im B2B Online-Marketing, Newsletter einsetzen, Sozial Media im B2B Online-Marketing, Content Marketing, B2B Online-Marketing optimiert für die mobile Nutzung)
5. **Kostenlose Messeaufritte** kostenlose Reise nach (**Yiwu/China** oder **Hannover/Deutschland**) oder andere Länder, wo wir Messen veranstalten **für eine Person inclusive Flug, 5 Übernachtungen und Aufenthalt in 4 Stern Hotel** Eine strukturierte Planung ist dabei maßgeblich für den Messeerfolg. Setzen Sie sich vor einem Messeauftritt stets klar definierte Ziele, z.B.: zurzeit ist unser Einsatz ist in (China/YIWU, und Deutschland/Hannover). Einmal Jährlich. Demnächst in Brasilien, Dubai, Türkei, Australien, USA und weiter Länder.
6. **Gewinnung von Neukunden:** Durch unsere starken Dienstleistungen die wir unseren Einkaufs Kunden im Inland und Ausland Garantieren und Anbieten, macht uns das zur ersten Wahl des Einkaufs Kunden.
7. **Erschließung neuer Märkte** (mit unserem Direkte Unterstützung Vorort und Kooperation mit den zuständigen Behörden machen wir Ihre weg deutlich sichtbar und klar)
8. **Vorstellung neuer Produkte:** Multisprachige Plattform macht Ihr Produkt weltweit lesbar & auffindbar.
9. **Steigerung der Markenbekanntheit** mit unsere Online und Offline Dienstleistung ist Ihre Marke direkt zum anfasse da wo die sein soll.
10. **Eigene Online-Shop** auf unsere Weltweite **B2C+** Plattform Kostenlos und Provision Frei (**ab Ende September 2019**)
11. **Keine versteckten Kosten oder Provision auf Ihren Verkäufen** (egal wie groß oder klein Ihr abgewickelter Geschäft ist, wir nehmen uns keine Kosten oder Provision daraus, es soll ihr Erfolg sein der uns Erfolgreich macht.)
12. **Direkte Chat Kontakte & Kommunikation** (Unbegrenzter, direkten Kontakt zu globalen Interessenten über unsere Plattform, inkl. Chat-Funktion).
13. **Kostenlose Weltweite und dauerhaft Produkt Präsentation** (in jedem Land die wir Tätig sind Haben wir Eine Dauerhaft Messe mit dem Namen „**B2B+ ALADIN1 Supermarket Messe**“ und jeder registrierte Verkäufer auf unsere Plattform hat Anspruch auf Eine H x W x T 50cmx50cmx50cm Regalplatz, zurzeit in China und Deutschland, Demnächst weiter Länder, kostenlos nur für eine Land) auf Grund der Neue Start Messe Eröffnung in Yiwu/China und Hannover/Deutschland werden erst ab 01.10.2019 Gestartet.
14. **Inland und Ausland Kunden Erweiterung** wir überlassen Ihnen mit Ihren Kunden die Entscheidung über die Zahlung Art und Versand Möglichkeiten selbst zur entscheiden und Unterstützen sie dabei mit Service Dienstleistungen aus sichere Hand die Ihre Arbeit leichter und sichere macht.
15. **Ernsthafte Geprüfte Unternehmen Sichern** alle unsere registrierter Mitglieder Käufer oder Verkäufer werden durch unsere ausgebildeten Mitarbeiter/in geprüft, wir haben keinen Platz für schwarze schaffe auf unsere Plattform.
16. **Wir unterstützen Ihnen direkt und Vorort mit unsere Personal Services & Kooperation Partner** (Unterstützung bei der Wahl neuer Partner und Märkte Hilfe von staatlichen Behörden und Dienstleistern vor Ort)
17. **Kosten Übersicht & mit Festpreis** (sie Bezahlen nur einmalige Jahrs Mitgliedschaft Beitrag, dazu kommt keine weiter kosten garantiert)

(**Extrakosten:** eigener Messestand Kosten, Separate Kosten für Dekoration und Ausstattung und Erweiterung in die dauerhaftmesse regalen oder Länder, und zusätzlichen Messen mitreisenden Personen werden auf Wunsch separat berechnet)

(**Extra Werbung Kosten:** Flyer oder werbe druck Material oder Online & Offline Werbung Aufträge und Transport Kosten Für Messen Produkte auf Wunsch werden separat Berechnet)