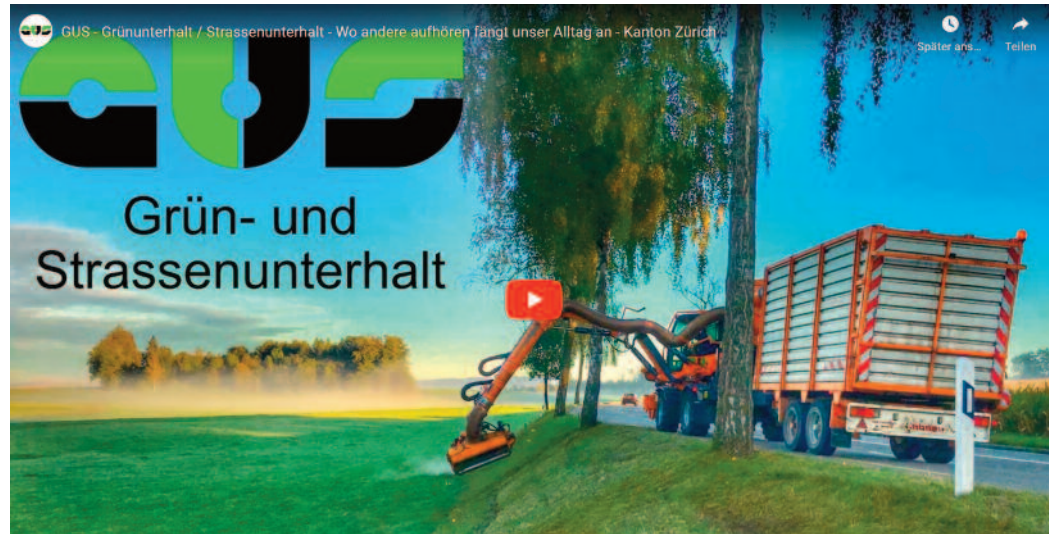


Website-Relaunch mit neuem Image-Video



Meine Leistung

- + Value Proposition
- + Sprechtexte für Image-Video
- + Text für Kino Werbevideo
- + Website Content Konzept (Sitemap)
- + Website Texte & SEO
- + Schlusskorrektur

Team

Marketing, Projektleitung, Fotos: Ariane und René Meier, GUS AG
Image-Video: Greg Bächli, Magic Motions
Design/Programmierung: Davide Iuorno, PopSoda DC GmbH

Auftraggeber

Firma: GUS Grün- und Strassenunterhalt AG, Freienstein-Teufen
Inhaber: René und Ariane Meier
Anzahl Mitarbeiter: 18

Die GUS Grün- und Strassenunterhalt AG pflegt die Natur zum Schutz der Verkehrsteilnehmer. Das Unternehmen kommt dort zum Zug, wo die auftraggebenden Kantone und Gemeinden mit ihren Mitarbeitern an Grenzen stossen. Ein starker Teamgeist, an dem Kunden teilhaben dürfen, prägt die Marke GUS. Dazu gehört auch die Führung im Partnerschaftstandem.

Ausgangslage

Zum 5-Jahre-Jubiläum gönnte sich das Unternehmerpaar Ariane und René Meier ein Image-Video. Ich gelangte ins Team, um die Sprechtexte sowie einen Werbespruch für die Kinoversion zu schreiben. Ich empfahl das Video auf der Website einzubetten, doch erwies sich deren Struktur als zu unflexibel. Weil die Texte ebenfalls überarbeitet werden mussten, beschloss man den kompletten Relaunch.

Herausforderung und Freude

Von Strassenunterhalt hatte ich am Anfang des Projektes wenig Ahnung. Ich freute mich aber, mehr darüber zu erfahren. Denn ich liebe es, mir typische Männerdomänen zu erschliessen und zu beweisen, dass auch Frauen sie verstehen.

Value Proposition, Positionierung

Stärken

- + Einzigartige Maschinen
- + Eigene Werkstatt
- + Gut gewartete Geräte
- + Starker Teamgeist
- + Familiäre Führung
- + Persönlicher Service

Die GUS AG hebt sich durch zwei Haupteigenschaften von der Konkurrenz ab:

1. Persönliche, innere Werte

Das Unternehmerpaar Ariane und René Meier führt sein Team grosszügig und mit viel Herz. Das spüren und geniessen auch die Auftraggeber.

2. Technische Ausstattung

Die GUS AG verfügt über ausserordentlich effiziente, einzigartige Maschinen, die in der eigenen Werkstatt entwickelt wurden. Ihr Einsatz zahlt sich für Kunden unter dem Strich aus.

Zielgruppen

- + Werkbetriebe der Gemeinden
- + Unterhaltsequipen der Kantone
- + Unternehmen mit grossen Grundstücken
- + Privatpersonen

Umsetzung im Film

Der Film rückte den Teamgeist und die Maschinen in den Vordergrund. Das deckte sich also mit dem Eindruck, den ich im Interview gewonnen hatte. Perfekt!

Website Relaunch

Brainstorming

René Meier weiss genau, was sein Unternehmen zu bieten hat und bringt das in wenigen Worten auf den Punkt. Das gemeinsame Brainstorming war denn auch sehr ergiebig.

Strukturierung, Keywords, Schwerpunkte

Wir ordneten die Tätigkeiten und wiesen ihnen Oberbegriffe zu. Ich recherchierte die Keywords rund um diese Begriffe und wählte für die Navigation die meistgesuchten.

Maschinenpark: Einen Content-Schwerpunkt legten wir auf den Maschinenpark. Wie sich in der Keyword-Recherche zeigte, wird häufig nach den Maschinen gesucht (SEO).

Aktuell-Seite: Die Aktuell-Seite dient als Landeseite der Posts in den sozialen Medien. Damit erhöhen wir den Traffic auf der Website. Der News-Blog eignet sich gut für den Aufbau eines Markenimages.

Call-to-Action: Werkstatt besuchen: Die Freude der Kunden an den Maschinen und der immerzu freundschaftliche Empfang in der Werkstatt brachten mich auf die Idee, den Werkstatt-Besuch als niederschwellige Call-to-Action zu wählen.

Web-Design, Programmierung

Ich schrieb alle Texte und gab das fertige Skript, inklusive Strukturierungs-Design- und Programmieranschlägen, weiter die Wunsch-Design-Agentur der Kunden.

«Selten habe ich so gut strukturierte und formulierte Texte gehabt für die Umsetzung eines Projekts. So macht das Spass... Danke!» Davide Iuorno, PopSoda DC GmbH