

# Sie geben 100 % für Ihr Unternehmen.



Schade nur, dass es  
150 % sein müssten,  
wenn Sie Ihre Ziele  
erreichen wollen.



12

11



Es gibt so viele Themen,  
die Sie bearbeiten müssten,  
um Ihr Unternehmen weiter  
voran zu bringen.

Aber auch Ihr Tag  
hat nur 24 Stunden.

Und deshalb bleibt eben so  
einiges auf der Strecke.  
Die Wettbewerbsanalyse?  
Die Produkteinführung?  
Die Marketingstrategie?  
Nicht zu schaffen, wenn Sie es  
gewissenhaft machen wollen.

Was tun?

Sie brauchen Hilfe. So etwas wie  
einen »Kümmerer«. Der Ihnen  
exakt die 50 % abnimmt, die  
einfach zu viel sind.

Ja, sagen Sie,  
die Idee hatte ich auch schon.  
Geht jedoch leider nicht,

...weil wir uns keinen externen  
Berater leisten können.

...weil wir hier im Haus  
alles selbst machen.

...weil das dann zu viele  
Schnittstellen gibt.

...und weil ein Externer das  
auch gar nicht verstehen kann.



Sorry, all diese  
Argumente kennen wir schon.  
Hier unsere Antworten:



Wir können uns  
keinen externen  
Berater  
leisten.



Wenn Sie dieser  
Meinung sind, haben  
Sie genau genommen  
exakt zwei Möglichkei-  
ten: Entweder stellen  
Sie jemanden ein, der  
Ihnen die 50 % ab-

nimmt, was dann die Fixkosten weiter erhöht, oder  
Sie verzichten darauf. Bleibt dann eben alles liegen.  
Keine gute Lösung.

Warum scheuen Sie sich eigentlich vor Outsourcing?  
Ihren Steuerberater und Ihren Wirtschaftsprüfer ha-  
ben Sie ja auch nicht fest eingestellt. Hier profitieren  
Sie sehr wohl davon, auf externes Wissen zurück-  
greifen zu können, das Ihnen nur dann in Rechnung  
gestellt wird, wenn Sie es auch wirklich in Anspruch  
nehmen. Denken Sie mal darüber nach.

Wir hier  
machen alles  
selbst.



Dagegen ist nichts einzuwenden. Wenn Sie es schaffen, die Kapazitäten so zu steuern, dass jemand intern Ihre 50 % übernimmt. Was ja anscheinend

so einfach nicht ist, denn dann wäre Ihr Problem ja schon gelöst – oder?

Sich Hilfe von außen zu holen, hat auch einen weiteren Vorteil: Sie holen sich neue Ideen ins Haus. Sie erfahren, was bei anderen gut funktioniert. Und Sie haben die Chance, durch gute Beratung den einen oder anderen Fehler zu vermeiden.

Hilfe von außen ist wie Lüften. Fenster auf – und gute, sauerstoffreiche Luft hereinlassen. Herrlich. Oder nicht?





Das gibt dann  
zu viele Schnitt-  
stellen.



Wenn Sie das Bedürfnis  
haben, alle Fäden in der  
Hand halten zu wollen,  
verstehen wir das.

Das Gefühl kennen wir.  
Viele Fäden bedeuten  
aber auch viele Schnitt-

stellen. Und – mal ganz unter uns – wären weniger  
Schnittstellen nicht eine echte Entlastung?

Wie wäre es, wenn Sie nur einen Faden in der  
Hand hielten. Eine Schnittstelle, die in Ihrem Sinne  
handelt. Die ein Netzwerk von Spezialisten an der  
Hand hat und garantiert, dass alles in Ihrem Sinne  
ausgeführt wird. Wäre das nicht ein Traum?

Und Externe verstehen das auch gar nicht.



Da mögen Sie durchaus recht haben. Von Externen, die in Ihrer Branche nicht zuhause sind, können Sie keine großartige Hilfe verlangen. Das ist vergebene Liebesmüh.

Um die ganze Sache abzurunden: connect4automation besteht ausschließlich aus Partnern, die über mehr als reichlich B2B-Erfahrung verfügen. Für die B2B seit Jahren das A und O ist. Sonst hätten sie ja auch nicht connect4automation erfunden. Was wollen Sie mehr?

Es sei denn, der »Kümmerer« ist obendrein auch ein »Versteher«. Weil er aus Ihrer Branche kommt. Weil er Ihre Probleme kennt. Weil er Ihre Sprache spricht, die Sprache der Ingenieure. Und auch die Sprache des Marketing.

Na gut, sagen Sie,  
welche 50 % können Sie mir  
denn überhaupt abnehmen?



Unsere Antwort:  
Sie haben die Wahl. Unter einem  
Dutzend Entlastungsangeboten:



# 1

Zum Beispiel die Erstellung von

**Marktstudien** und entsprechenden **Marketingstrategien**.

In Ergänzung zu Ihren Strategien oder auch komplett neu.

Zum Beispiel die

**Erschließung von neuen Geschäftsfeldern**,

in denen Ihr Unternehmen noch keinen nennenswerten Bekanntheitsgrad hat.

# 2

# 3

Zum Beispiel den

**Aufbau einer Vertriebsorganisation**.

Nach Ihren Vorgaben und strategischen Zielen.

# 4

Zum Beispiel die

Produktdefinition.

Damit Ihre Entwicklungs-  
abteilung von Anfang an in die  
strategisch richtige Richtung  
arbeiten kann.

Zum Beispiel

Produkteinführungen.

Anfangen bei der Begleitung  
der Produktentwicklung bis hin  
zum kompletten Marketing.

# 5

# 6

Zum Beispiel das Thema

Markenführung.

Corporate Design,  
Anzeigen-Kampagnen, Flyer,  
Prospekte, Kundenzeitschriften  
und alles, was dazu gehört.

Zum Beispiel die Planung  
und Durchführung Ihrer

Messebeteiligungen.

Skalierbar nach Ihren  
Vorstellungen oder,  
wenn Sie möchten,  
von A bis Z.

7

8

Zum Beispiel die gesamte

Online-Kommunikation.

Von der Konzeption und  
Programmierung Ihrer Website  
bis hin zur Vermarktung in  
Suchmaschinen wie Google u. a.

Zum Beispiel die

ganze Palette technischer  
Kommunikation.

Anleitungen, Online-Hilfen,  
Kurzführer inklusive Produkt-  
Visualisierungen.

9

# 10

Zum Beispiel die

Übersetzung  
Ihrer Texte

in alle weltweit wichtigen  
Sprachen. Das sind aus unserer  
Sicht derzeit rund 30 verschiedene.

Zum Beispiel

PR- und  
Öffentlichkeitsarbeit.

Pressemitteilungen, Fach- und  
Anwenderberichte, Interviews –  
alles, was Sie und Ihr Unternehmen  
in der Fachöffentlichkeit bekannter  
macht.

# 12

Zum Beispiel die Planung  
und Durchführung von

Pressekonferenzen  
und Presstreffen.

Damit Sie den Journalisten alle  
Vorteile Ihrer Produkte persönlich  
erläutern können.

# 11

Das waren nur unsere Highlights.  
Für Ihre Entlastung.



Bitte bedienen Sie sich.  
Entlasten Sie sich.  
Überlegen Sie, welche 50 %  
Ihres Aufgabenspektrums es  
wert sind, delegiert zu werden.

Entscheiden Sie, welche  
Angebote Ihnen eine  
wirkliche Hilfe sein können.

Skalieren Sie das Maß  
an Outsourcing, das Ihnen  
das Leben leichter macht.  
Und das Ihnen hilft,  
Ihre Ziele zu erreichen.

connect4automation 

connect4automation ist ein Netzwerk.  
Mit klarem Fokus auf die industrielle  
Automation. Stellen Sie es sich bitte  
vor wie eine Art »Marketing-Fabrik«.  
Miteinander verzahnt, aufeinander  
eingespielt. Treten Sie ein.  
Herzlich willkommen.

ams

Automation-Marketing-Service  
Carsten Krüger



ams

Automation-Marketing-Service  
Carsten Krüger

Schaperstraße 18 · 10719 Berlin  
[www.automation-marketing-service.de](http://www.automation-marketing-service.de)

### **Strategisches und operatives Marketing**

Rent a Marketing-Guide

Marktstudien

Marketingstrategien

Erschließung von neuen  
Geschäftsfeldern

Aufbau von Vertriebsorganisationen

Produktdefinitionen und  
-einführungen

FR&P Werbeagentur  
Reisenecker & Broddack GmbH

Schaperstraße 18  
10719 Berlin  
www.frp.de

### **Außendarstellung für den Verkauf**

Corporate Design  
Anzeigen-Kampagnen  
Imagebroschüren  
& Geschäftsberichte  
Flyer, Prospekte & Kataloge  
Kundenzeitschriften  
Messestände  
Websites & Online-Marketing



gii  
Die Presse-Agentur GmbH

Immanuelkirchstraße 12  
10787 Berlin  
www.gii.de

### **Positionierung in der Fachpresse**

Konzepte für Pressearbeit  
Pressemitteilungen  
Fachberichte  
Anwenderberichte  
Interviews  
Pressekonferenzen & -treffen  
Clipping

SCRIPTOR  
Dokumentations Service GmbH

Krackser Straße 12c  
33659 Bielefeld  
www.scriptor.de

### **Konzepte für die technische Kommunikation**

Erstellung rechtskonformer  
Anleitungen  
Übersetzung in 30 Sprachen  
2D/3D-Grafiken & Animationen  
Automatisierungslösungen –  
PIM, CMS, DMS  
Interaktive PDF-Lösungen  
e-Publikationen

connect4automation 

### **Netzwerk-Office Berlin**

Schaperstraße 18  
10719 Berlin

Ansprechpartner:

Carsten Krüger

Fon 030 85 08 85 90

Fax 030 85 08 85 91

[office@connect4a.de](mailto:office@connect4a.de)

[www.connect4a.de](http://www.connect4a.de)

### **Netzwerk-Office Bielefeld**

Krackser Straße 12c  
33659 Bielefeld



connect4automation ist eine Kooperation von vier spezialisierten Unternehmen. Einzelne, in Teilen oder auch zusammen buchbar – je nach Anforderungsprofil.