

Strategie

Das Ziel...

Im Jahr 2010 wird die Delance als Uhr der Frauen des dritten Jahrtausends erkannt werden.

Das Image...

Die Delance stellt die Vorzüglichkeit der Frauen und deren Werte und Träume in der ganzen Welt dar.

Die Positionierung...

Delance ist eine Nobelmarke: Die besten Materialien und Komponenten. Das Beste in jeder Hinsicht.

Das Produkt...

Eine Uhr nach Mass. Eine Uhr für besondere Gelegenheiten

Eine Uhr mit besonderer Bedeutung für ihre Trägerin

Eine Uhr, welche ein besonderes Ereignis im Leben einer Frau verewigt

Eine vorbildliche Uhr, welche das Talent der Frauen und ihre Solidarität symbolisiert

Ein Einzelstück, verschieden von Frau zu Frau

Kurz, eine Uhr als universelles Symbol der Weiblichkeit

Das Zielsegment...

Die selbstbewusste Frau, welche sich für ihre Sache und ihre Weiblichkeit einsetzt. Eine Weltenbürgerin, welche nach Besserem strebt und ihrem Leben einen neuen Sinn geben will.

Der Kauf...

Eine Uhr, welche ein Vater seiner Tochter schenkt, um ihr zu sagen wie stolz er auf sie ist

Eine Uhr, welche ein Sohn oder eine Tochter ihrer Mutter aus Dankbarkeit schenkt

Eine Uhr, die von Mutter zu Tochter vererbt wird

Eine Uhr, die man sich selber schenkt

Eine Uhr, welche ein Mann der Frau die er liebt schenkt

Eine Uhr, die eine Firma als Anerkennung ihren Angestellten schenkt

Die Wettbewerbsvorteile...

Die Andersartigkeit, die Symbolik, die Austauschbarkeit, die Anpassung an die Trägerin, die Exklusivität.

Die Strategie...

Die Delance entstand aus dem Engagement ihrer Schöpferin für die Sache der Frau, aus ihrer Berufung, Frauen zu ermutigen und ihr persönliches Streben zu unterstützen. Die Delance zeigt nicht bloss die genaue Zeit an. Sie ist ein Vorbild, ein Mentor, ein Taliswoman, ein Zeichen der Anerkennung für alle Frauen, welche ihre Talente entwickeln wollen. Geschaffen von Frauen, symbolisiert sie sowohl die Fähigkeiten wie die Notwendigkeit einer vorbehaltlosen Solidarität.

Die Erfolgsfaktoren...

Der wichtigste Trumpf der Delance ist ihre Geschichte, ihre Botschaft. Man muss diese Botschaft auf der ganzen Breite vermitteln.

Man muss all jene finden und motivieren, die helfen können, die Botschaft hinaus zu tragen (Freunde, Händler, Lieferanten, die Medien, die Schweizer Botschaften, Handelskammern usw.)

Die Konferenzen...

Ein grosser Vorteil von Delance sind die kommunikativen Fähigkeiten ihrer Gründerin. Erfahrene Gesprächsleiterin, dreisprachig, durchreist sie die Welt und spornt die Frauen an, ihr Schicksal selbst in die Hand zu nehmen (Schulen, Kongresse, Vereine, Unternehmen usw.).

Die Verkaufsstellen...

Der DELANCE-Händler kennt das Produkt genau. Er bietet bevorzugt Frauenuhren an. Er beteiligt sich aktiv an der Organisation von Veranstaltungen zu Frauenthemen in seiner Region und lädt dazu gegebenenfalls auch die Gründerin von Delance ein.

Die Werbeträgerinnen...

Prominente Frauen zu finden, welche die Delance regelmässig und sichtbar tragen, ist wichtig. Diese Frauen sollten die Ziele von Delance verkörpern und vermitteln können.

Die Medien...

Journalisten suchen interessante, neue Themen. Die Entstehung des Produktes, der Marke, des Unternehmens und die Geschichte der Gründerin fesselt sie. Wir müssen sie deshalb in unsere Odyssee einbinden, indem wir ihnen das nötige Material für solche Artikel zur Verfügung stellen.

Die Sponsoren...

Das Ziel ist, eine renommierte, international tätige Firma mit einer sichtbaren Verbindung zur Welt der Frauen zu finden. Sie nimmt Delance in ihre gesamte Unternehmenskommunikation auf.

Das Netzwerk...

Systematischer Aufbau eines Netzwerks zu allen Veranstaltungen für das Zielpublikum von DELANCE (Messen, Wettbewerbe, Kongresse usw.)

Internet...

Auf der ganzen Welt zugänglich, ist delance.com ein internationales Schaufenster. Seine Möglichkeiten sind intensiv aufzubauen und auszunützen (Fan Clubs, Chat, Foren usw.).