

Vom Corporate Design bis zum Digital Branding.

Es gibt auch ein Agenturleben ausserhalb von Zürich, Bern und Basel. Das beweist die Oltner MySign mit ihren 28 Mitarbeitenden erfolgreich seit über 12 Jahren. In ihren einzigartigen Bürolofts, verkehrstechnisch an bester Lage direkt am Bahnhof Olten, entwickelt MySign für grosse und kleine, für internationale wie regionale Kunden innovative Kommunikations- und Webprojekte. Dabei reicht das Spektrum von Corporate Design Aufträgen bis zu umfassenden Crossmedia Kampagnen, von CMS-basierten Webseiten bis zu komplexen E-Commerce Lösungen mit SAP Schnittstelle im B2C- und B2B-Bereich. Von der Entwicklung einer Social Media Strategie bis zur Programmierung von Facebook- und mobilen Web-Apps. Oder von der Suchmaschinen-Optimierung bis zur Entwicklung von umfassenden Inhaltskonzepten und Storyboards.

Zwölf Jahre Erfahrung in der Online-Welt

Von den Inhabern als Webagentur gegründet, entwickelte sich MySign über die Jahre permanent weiter und baute seine Dienstleistungen mit dem richtigen Gespür, wohin der Markt geht, ständig aus. Es geht heute um viel mehr als die Lancierung einer Web-



MIKE MÜLLER, RETO BAUMGARTNER UND URS KOLLER
Die Inhaber und Geschäftsführer der MySign

site, nämlich darum, für den Kunden seinen digitalen Brand netzweit und konsequent zu etablieren und zu inszenieren. Genau dazu braucht es das Know-How aus den Bereichen Design, Marketing, Technologie und Content, das MySign unter einem Dach vereint.

Preisgekrönte Crossmedia-Kampagnen

Gerade in der Konzeption von medienübergreifenden Kampagnen sucht MySign immer die neue, einzigartige Idee und versucht diese einerseits inhaltlich emotional aufzuladen und zu inszenieren, andererseits in einen crossmedialen Kampagnen-Mechanismus einzubauen. Mit dem Ziel, die Zielgruppe in einen echten Dialog zu involvieren und sie so nicht nur der Marke näher zu bringen, sondern sie zu regelrechten Markenbotschaftern zu machen.

Dass MySign dies immer wieder gelingt, beweist unter anderem der renommierte Award Corporate Communications für integrierte Unternehmenskommunikation, den MySign kürzlich zum zweiten Mal nach 2007 gewinnen konnte. Diesmal für eine von der Presse viel beachtete Kampagne für das Energieunternehmen Alpiq in Zusammenhang mit dessen Ski-Sponsoring. Hier war MySign federführend von der Entwicklung der Idee bis zur fertigen gestalterischen wie auch technischen Umsetzung. Bei der Kampagne ging es um nichts weniger als einen Guinness Buch Eintrag für die weltweit grösste Glückwunschkarte, die an einer Staumauer im Wallis aufgehängt wurde und über 2700 m² gross war. Besonders hervorgehoben hat die Jury dabei das vorbildliche Zusammenspiel verschiedenster Medien inklusive den geschickten Einsatz von Social Media.

Social Media nicht nur als Lippenbekenntnis

Wenn es um Social Media geht, dann sprechen viele von einer Revolution in der Art wie wir kommunizieren. Für MySign ist es in erster Linie ein weiterer, ausgesprochen wichtiger Kommunikationskanal, der ganz viele Chancen, aber auch einige Gefahren birgt. Die Kommunikationsart ist nicht neu, sondern entspricht einem Urbedürfnis der Menschheit, nämlich sich auszutauschen, Informationen zu teilen, Empfehlungen abzugeben. Neu ist, dass wir mit technischen Hilfsmitteln Informationen und Empfehlungen innert Sekunden weltweit mit jedermann teilen können.

Natürlich ist der Einsatz von Social Media heute ein Bestandteil praktisch jedes Projektes. Jeder Kunde sollte sich früher oder später auch mit seiner ganz individuellen Social Media Strategie auseinandersetzen. Es ist wichtig, dass man als Unternehmen weiss, wo das Potential und die Risiken liegen, welche Zielgruppen man über welche Plattformen und mit welchen Themen erreicht, wer intern zuständig ist und wie die Mitarbeiter mit der neuen Herausforderung umgehen sollen. MySign berät und unterstützt Kunden tagtäglich in ihren Social Media Aktivitäten. Die Agentur hat dazu in ihren Reihen zwei vollamtliche Social Media Manager. Natürlich ist der Einsatz von Social Media auch in der eigenen Kommunikation von zentraler Bedeutung, sei es für Medienarbeit, Mitarbeitersuche oder Kundenakquisition. So betreibt MySign unter www.facebook.com/mysign unter anderem eine Facebookseite, welche vor allem Einblicke in das Agenturleben und die Unternehmenskultur gibt.

Idealer E-Commerce-Partner

E-Commerce ist ein wichtiges strategisches Standbein der Agentur. Denn es gibt kaum ein Projekt, bei dem die Stärken der MySign vollständiger zum Tragen kommen als bei der Entwicklung eines Onlineshops. Ein Shop-Kunde profitiert bereits in der Konzeption von der langjährigen Erfahrung der MySign mit E-Commerce Projekten. Er kann im Designprozess auf die internen Gestaltungs- und Usability-Experten zählen und ist mit der suchmaschinen-optimierten und schnittstellentauglichen Shop-Software von MySign, die beinahe grenzenlose Individualisierungsmöglichkeiten bietet, bestens bedient. Weiter kann er nach der Aufschaltung vom fundierten Marketing-Know-How in sämtlichen Online- wie Offline-Kanälen profitieren. Will der Kunde seinen Shop auch noch auf Facebook integrieren, eine Mobilversion haben oder seinen Kunden sogar eine Web-App anbieten, dann ist das ebenfalls kein Problem. Dank diesem eigentlichen Fullservice von MySign hat es beispielsweise die Linsenmax AG, ein Startup im Bereich Kontaktlinsenversand, innerhalb von 3 Jahren vom Neuling ohne Kundenstamm zu einem der grössten Schweizer Onlineshops für Kontaktlinsen gebracht.

Opensource und eigene Technologie-Lösungen

MySign hat schon früh erkannt, dass die Voraussetzung, um individuelle und technisch anspruchsvolle Internetprojekte erfolgreich umzusetzen, im Aufbau einer eigenen technischen Abteilung liegt. Heute besteht diese Abteilung aus 9 Applikationsentwicklern, die die eigenen Produkte weiterentwickeln, individuelle Applikationen oder Schnittstellen für Kunden und Apps im Social Media Umfeld wie auch im Mobile-Bereich programmieren. Dabei wird auf bestehenden Standards und Opensource-Lösungen aufgebaut. Teilweise trägt MySign sogar zur Weiterentwicklung von Opensource-Lösungen bei, wie beispielsweise beim Apache-Projekt Sling. Dies gibt MySign maximalen Spielraum, um Kundenwünsche einerseits sehr schnell und andererseits auch sehr individuell erfüllen zu können.

Der grösste Vorteil einer eigenen technischen Abteilung liegt für MySign aber sicher darin, dass neue technische Möglichkeiten

und Marketing-Trends sehr früh aufgenommen, in die Produkte integriert und in Kundenprojekten umgesetzt werden können. So verfügt der MySign-Shop zum Beispiel seit kurzem auch über eine Facebook-Schnittstelle, so dass Produkte auch in einem vollintegrierten Facebook-Shop angeboten werden können.

Content ist die 4. Dimension der MySign

In der Fachszene heisst es schon lange «Content ist King». Und getrieben durch den wachsenden Anspruch der Endkonsumenten – nicht zuletzt hervorgerufen durch Social Media – setzt sich auch bei Unternehmen immer mehr die Überzeugung durch, dass neben einer guten Gestaltung, einer technisch einwandfreien Umsetzung und einer guten Vermarktung auch relevanter, spannender und authentischer Inhalt der zentrale Erfolgsfaktor in der Online-Kommunikation darstellt. Es genügt heute nicht mehr, wenn ein interner Produktmanager einen Produktbeschreibung für die Website schreibt, der Chef mit seiner privaten Digitalkamera den Betrieb fotografiert oder der Lehrling rasch ein selbstgedrehtes Video der neusten Maschine auf Youtube stellt. Um dem wachsenden Anspruch nach hochwertigem Content gerecht zu werden, arbeitet MySign schon länger mit einem Netz von Freelancern und Partnerfirmen aus den Bereichen Text, Fotografie, 3D, Animation und Druck zusammen. So ist die Oltner Agentur in der Lage auch hier ihre Kunden professionell zu unterstützen. Im stark wachsenden Bereich des Video-Content hat MySign anfangs Jahr zusammen mit einem Partner aus der Filmbranche sogar eine eigene Tochterfirma gegründet, die VJii Productions AG, welche sich auf Corporate Web-TV spezialisiert (www.vjii.ch).

Erfolgreicher Fullservice-Ansatz

Mit diesem medienübergreifenden Fullservice-Ansatz und den 4 Kernkompetenzen Design, Marketing, Technologie und Content ist MySign bestens aufgestellt, um ihre Kunden zu verstehen, für sie einzigartige Ideen und Konzepte zu entwickeln und diese online wie offline in allen relevanten Kanälen umzusetzen.

WEITERE INFORMATIONEN

MySign AG
Design | Marketing | Technologie | Content
Neuhardstrasse 38
4600 Olten
Telefon +41 62 836 80 10
www.mysign.ch
www.facebook.com/mysign
twitter.com/mysign
www.youtube.com/mysignvideos

