

gfm-Marketing-Check mit Jean-Pierre Valenghi

«Menschen sind immer die treibende Kraft!»

Jean-Pierre Valenghi ist CEO der newhome.ch AG. Diese ist im Besitz von Schweizer Immobilienfirmen sowie den Kantonalbanken und zählt zu den führenden Immobilienportalen des Landes.

Interview: Jean-Marc Grand Bild: zVg

Welches waren die drei Markennikonen in Ihrer Kindheit oder Ihrer Jugend?

Swissair, Ferrari und Lego.

Mit welchem Produkt, mit welcher Marke beginnt Ihr Tag am Morgen und endet der Tag am Abend?

Mein Tag beginnt mit dem «NZZ»-E-Paper im Bett und endet mit einer Serie auf Netflix.

Welches Produkt oder welche Firma steht heute für exzellentes Marketing?

Graubünden Tourismus. Über Jahre gab es immer wieder witzige und einfallsreiche Kampagnen, die zum Schmunzeln anregten und in

Erinnerung blieben. Zudem zahlte die starke und beständige Markenführung sicherlich auch auf den Erfolg der Feriendestination ein.

«Graubünden Tourismus steht für exzellentes Marketing.»

Welche Geschäftsidee oder welches Produkt hat Sie in letzter Zeit am meisten begeistert?

SpaceX mit der Falcon-9-Rakete. Getrieben von einer schon fast utopischen Vision, den

Mars zu bevölkern, konnte SpaceX, entgegen der Meinung etablierter Experten der Nasa, beweisen, dass die Entwicklung einer zum Teil wiederverwendbaren Trägerrakete nicht unmöglich ist. Damit wurde nicht nur diese These widerlegt, sondern auch ein rentables Geschäftsmodell entwickelt.

Welcher Marketingtrend oder welches Marketingthema ist für Sie momentan am wichtigsten? Warum?

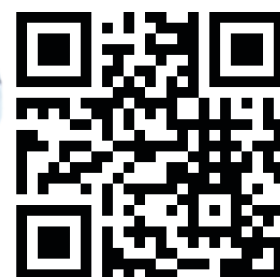
Immer noch das Thema des personalisierten Contents, obschon in der Öffentlichkeit bereits seit Jahren propagiert wird: Der User soll Werbebotschaften nicht als lästig emp-

ANZEIGE

**Deine Innovationsagentur
für kreative Lösungsansätze**

#innovativ
#kreativ
#digital

GLAUnited



gla-united.com



We are innovators with strong performance, unlimited creativity and pure passion.



Jean-Pierre Valenghi, CEO newhome.ch AG.

finden, sondern sie als gezielte Beratung oder vertiefte Information zum richtigen Zeitpunkt im Kaufprozess wahrnehmen.

Wie kommunizieren Sie hauptsächlich mit Ihren Kunden (direkter Kundenkontakt, Social Media usw.)?

Menschen sind für mich die treibende Kraft hinter jeder Idee und jedem Projekt. Darum höre ich anderen gerne zu und versuche, daraus zu lernen, um anschliessend gemeinsam noch bessere Ideen entwickeln zu können. Mein Vorsatz: eine noch intensivere CEO-Kommunikation in den sozialen Medien. Die «kleine Tastatur» auf meinem Smart-

phone macht mir hierbei das Leben aber schwer.

«Covid-19 hat uns gelehrt, dass virtuell noch einiges mehr möglich ist, als man erwartet hat.»

Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen künftig die grössten Chancen?

Covid-19 hat uns gelehrt, dass virtuell noch einiges mehr möglich ist, als man erwartet hat. Diese Erkenntnis wird die Akzeptanz für

Push or Pull

Linkedin oder Twitter?

Linkedin.

Wohnungssuche im virtuellen Raum oder vor Ort?

Im ersten Schritt virtuell, um effizienter zu sein, vor einem unmittelbaren Abschluss jedoch physisch vor Ort, da bei einer Immobilie stets der Grundsatz gilt: Lage, Lage, Lage – und diese muss man mit eigenen Augen gesehen haben.

Plattform oder Ecosystem?

Ecosystem. Die Komplexität der Themen und das Entwicklungstempo sind zu hoch, als dass man als Plattformanbieter alles selbst entwickeln könnte.

Marktführer in der Schweiz oder internationale Expansion?

Marktführer in der Schweiz.

Big Data oder persönliche Erfahrung über den Markt und die Kunden?

Das eine tun und das andere nicht lassen, denn: Quantitative Erkenntnisse müssen qualitativ gechallengt werden. Das Potenzial liegt hierbei bei Big beziehungsweise Smart Data.

Swiss-ID-Login oder Registrierung auf newhome.ch?

Sich mit der Swiss ID auf newhome registrieren.

End-to-End Solution für den Kunden oder Nische?

End-to-End.

Uni Zürich oder ETH?

Uni Zürich.

PriceWaterhouseCoopers oder kleine Revisionsfirma?

PriceWaterhouseCoopers.

neue digitale Lösungen in unserem Ecosystem rund ums Wohnen stark erhöhen.

Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen künftig die grössten Risiken?

Beim Kampf um Talente mit Blick auf die Entwicklung digitaler Innovationen. 