

STRATEGISCHE MARKENFÜHRUNG

STRATEGISCHE MARKENFÜHRUNG - DIE EIGENE MARKE KENNEN UND LEBEN

Erst wenn ein Unternehmen sich als Marke oder Markenverbund versteht und für sich exakt definiert hat, was seine Identität ist, d. h. seine „Persönlichkeit“ ausmacht, und gleichzeitig konkrete Maßnahmen zur Abgrenzung im Wettbewerb ergriffen wurden, können die operativ-vertrieblichen Aufgaben fundiert umgesetzt werden. Markenführung stellt also den strategischen Überbau für alle an den Kunden gerichteten Aktivitäten dar.

DIE ENTWICKLUNG DER MARKENSTRATEGIE ALS PROZESS IN FÜNF SCHRITTEN:

- | | | |
|---|---|------------------------------|
| 1. Status Quo - Das bestehende Markenbild | → | Eine Marke im Visier |
| 2. Auswertung und Ziele | → | Eine Marke auf dem Prüfstand |
| 3. Corporate Brand Strategy | → | Eine Marke mit Profil |
| 4. Corporate Identity | → | Eine Marke stellt sich dar |
| 5. Umsetzung | → | Eine Marke wird real |

WARUM BRAUCHT ES EINE MARKENSTRATEGIE FÜR MEIN UNTERNEHMEN?

Eine klare Identität, eine hohe Wiedererkennung und ein gelebter Wertekodex machen eine Marke und das Profil des dahinter stehenden Unternehmens aus. Sie sind die Parameter, aus denen eine individuelle Markenpersönlichkeit entsteht. Diese Markenpersönlichkeit gibt Orientierung für Kunden, Mitarbeiter und die interessierte Öffentlichkeit und trägt somit ganz erheblich zur Wertschöpfung eines Unternehmens bei.

MARKENSTRATEGIE: JA. ABER WIE SIEHT DAS IN MEINEM FALL AUS?

In einem ersten Gespräch klären wir gerne mit Ihnen gemeinsam, wie eine Markenstrategie für Ihr Unternehmen aussehen kann.

Vereinbaren Sie einfach einen unverbindlichen Termin mit uns.

Ihr Ansprechpartner: Tilmann von Harsdorf
Telefon: 09 11/27 26 9-0
Email: tvh@wkud.de