

CHECKLISTE

MARKENENTWICKLUNG

Womit beginne ich meine Markenentwicklung? Jeder wird einen anderen Ansatz für sich als passend erachten. Wir bei unize.berlin haben das folgende „Rezept“ entwickelt, da sich die einzelnen Entwicklungsschritte aufeinander beziehen und ergänzen.

1. Schritt - Meine Vision entwickeln

Idealzustand des Unternehmens, nach innen gerichtet

2. Schritt - Die Mission der Marke entwickeln

Wird nach außen getragen, macht deutlich wie die Vision umgesetzt werden soll

3. Schritt - Zielsetzung der Marke bestimmen

Meilensteine, die auf dem Weg zur Vision erreicht werden sollen

4. Schritt - Sich über das „Warum“ klar werden

Was ist meine Motivation? Warum habe ich die Marke entwickelt?

5. Schritt - Angebot definieren und den USP herausarbeiten

Was kann ich anbieten, das besonders ist und mich vom Markt abhebt?

6. Schritt - Markenidentität formulieren

Bestimmt die Werte und Eigenschaften der Marke nach innen und außen. Die Kernelemente der Marke bilden die stabilen Bausteine und die erweiterte Identität entwickelt sich im Laufe der Zeit mit der Markenerweiterung/Anpassung

7. Schritt - Markenpositionierung

Differenzierung der eigenen Marke auf dem Markt, um einen sinnbildlichen Platz im Bewusstsein des Kunden einzunehmen

8. Schritt - Meinen Archetyp bestimmen

Was und wen möchte ich mit meiner Marke erreichen?

9. Schritt - Markenpersönlichkeit bestimmen

Welche Eigenschaften werden mit der Marke verbunden?
Womit kann sich der Kunde identifizieren?

10. Schritt - Markenstimme finde

Wie spricht mein Archetyp, wie spricht meine Marke?
Wie kommuniziere ich über alle Medien hinweg konstant?

11. Schritt - Welche Zielgruppen möchte ich ansprechen

Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Sponsoren,
alle brauchen eine bestimmte Ansprache

12. Schritt - Persona bestimmen

Um möglichst präzise mit Ihren Kunden zu kommunizieren und Produkte zu entwerfen, die von ihm gekauft werden, müssen Sie Ihrem Kunden ein Gesicht geben

13. Schritt - Naming

Eine starke Marke braucht auch einen aussagekräftigen Namen

14. Schritt - Claimentwicklung

Sagen Sie Ihrem Kunden, was er bei Ihnen erwarten kann

15. Schritt - Elevator Pitch

Können Sie in 60 Sekunden die Botschaft Ihrer Marke präsentieren?

16. Schritt - Formulieren Sie Ihre Unternehmensphilosophie

Damit Sie Ihren Kunden auf einer persönlichen Ebene begegnen können und sie sich mit Ihrer Marke identifizieren können

17. Schritt - Entwickeln Sie Ihre Unternehmensgeschichte

Die Brand Story macht deine Marke erfahrbar und schafft Nähe und Vertrauen

NOTIZEN

Wenn Sie diese Schritte vollständig erarbeitet haben und alle Punkte für Ihre Marke formulieren, haben Sie die Grundlage für alle weiteren Maßnahmen zur Erfolgssteigerung Ihrer Unternehmung geschaffen. Auf dieser Basis können Sie Ihr Markendesign und die Markenkommunikation aufbauen und verwenden.