

UNSERE DREI SCHRITTE ZUR OPTIMALEN MARKENKOMMUNIKATION:



1. Definition der Markenidentität

Die Markenidentität umfasst alle visuellen, sprachlichen und emotionalen Aspekte, die das Bild und den Eindruck der Marke formen. Sie ist eine einzigartige Kombination von Elementen, die die Marke definieren und von anderen unterscheiden. Eine starke Markenidentität erhöht die Wiedererkennbarkeit, schafft Vertrauen, stärkt die Unternehmenskultur und verbessert die Marktposition.

2. Markenkommunikation positioniert die Marke

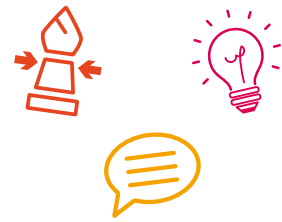
Die Positionierung einer Marke bezieht sich auf die strategische Entscheidung, wie eine Marke in den Köpfen der Zielgruppe wahrgenommen werden soll. Es geht darum, eine einzigartige und vorteilhafte Position im Markt zu etablieren, die die Marke von ihren Wettbewerbern unterscheidet.

3. Schlüssiges Kommunikationskonzept

Mit dem Kommunikationskonzept wird festgelegt, wie eine Marke ihre Botschaften effektiv ihren Zielgruppen vermittelt. Es umfasst die Definition der Ziele, Zielgruppen, Kernbotschaften, Kommunikationskanäle und Maßnahmen sowie die Evaluation des Erfolgs. Ein gutes Kommunikationskonzept sorgt dafür, dass die Kommunikation konsistent, kohärent und zielgerichtet ist.

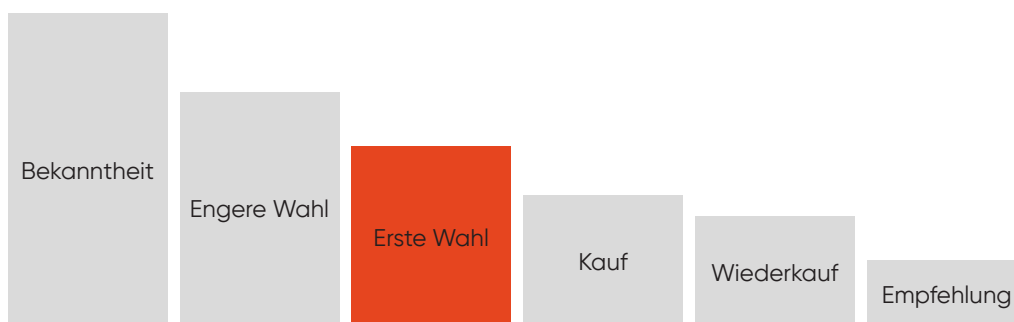
CONVENIS

WHITEPAPER MARKENKOMMUNIKATION



DIE ERSTE WAHL FÜR DIE ZIELGRUPPE WERDEN

Wann und warum ist die Marke nicht Erste Wahl?



Das Relevant Set enthält die Marken, die im Bewusstsein der Zielgruppen sind und nach denen beim Kaufprozess gezielt gesucht wird. Der Kaufprozess findet in einem mehrstufigen Auswahlprozess statt. Erste Wahl ist dabei die Marke, die die Zielgruppe am liebsten hätte.

Ziel der **Markenkommunikation** ist es daher, die Marke als erste Wahl oder Lieblingsmarke ins Bewusstsein der Zielgruppe zu bringen, sodass sie bei der Kaufentscheidung vorgezogen wird.

CONVENIS

WHITEPAPER MARKENKOMMUNIKATION