

Zehn Empfehlungen zur Entwicklung von Marken

1. Denken Sie bei Marke nicht primär an Namen, Logo, Kommunikation oder Werbung – diese Aufgaben lösen Sie später...
2. Entwickeln Sie Leistung und konkrete Initiativen – deswegen kommt Kundschaft, dann entsteht Marke.
3. Suchen Sie konsequent danach, wie Sie Ihre Leistungen differenzieren können – meist macht die Summe kleiner Details den Unterschied gross, nicht ein einzelner grosser Unterschied.
4. Schöpfen und entwickeln Sie organisch und mit Raffinesse aus dem, was Sie in der Hand haben – fast sicher finden sich darin Besonderheiten, die Sie kraft Gewohnheit übersehen und nicht mehr nutzen noch weiter treiben.
5. Beobachten Sie genau, wie es Ihrer Kundschaft mit Ihrer Leistung ergeht – das ist ergiebiger als Fragebögen zu versenden, nach kurzfristigen Trends oder der Konkurrenz zu schielen.
6. Menschen mögen Menschliches – beachten und nutzen Sie dies.
7. Qualität vor Quantität – wie auch Sie es mögen.
8. Verlangen Sie einen Preis, der Ihrer Leistung entspricht – Ihre Kundschaft will wiederkommen und erleben, dass Sie sich mit ihr entwickelt haben.
9. Marken entstehen, wenn alle Akteurinnen und Akteure eines Orts, Unternehmens oder einer Institution zur konkreten Zielvorstellung beitragen – sensibilisieren Sie ihre Akteurinnen und Akteure für die massgeblichen Differenzierungen.
10. Leidenschaft und Empathie ist für Ihre Marke entscheidend – ohne können Sie weder konsequent noch schöpferisch sein.

...stellen Sie Ihre feinen Unterschiede ins Zentrum von Kommunikation und Werbung – je konkreter desto besser.