

swissbrandexperts

Marken-Aufbau und -Entwicklung

Möchten Sie Ihre Marke stärken und einen Schritt weiterbringen? Möchten Sie eine neue Marke aufbauen und sie langfristig im Markt positionieren? Haben Sie konkrete Fragen zur Marken-Entwicklung oder Marken-Technik?

Wir klären Ihre offenen Fragen zum Thema Marke und geben Ihnen mit einem spezifischen strategischen Marken-Entwicklungsprogramm Halt bei der Führung und Entwicklung Ihrer Marke.

Ein Programm macht Marke

Mit einer präzisen Strategie zeigen wir auf, wie sich Ihre Marke im Markt positionieren und differenzieren kann. Fünf Dimensionen zeichnen unsere dabei zugrundeliegende Methodik aus:

1. Präzis-differenzierende Leistung als Kern

Leistung, die sich differenziert, bildet den Kern jeder Marke – erst wenn Leistung sich unterscheidet, bindet sie Kundschaft. Wir fassen die differenzierenden Leistungen und entwickeln eine Ziel-Positionierung in Form spezifischer Erfolgsfaktoren. Sie bringen die spezifischen Leistungen Ihrer Marke auf den Punkt, die so zentrale Orientierungspunkte für Entscheide und Handlungen werden.

2. Kundschaftsbasiert und damit objektiv

Ohne Kundschaft keine Marke. Daher gilt es, die Leistungen konsequent von der Kundschaftsseite zu betrachten und die Schnittstelle Leistung-Kundschaft genau zu verstehen.

Um den Entscheidungsgründen der Kundschaft auf die Spur zu kommen, schaffen wir in unseren persönlichen, dynamisch-offenen Interviews eine Situation, in der ein genaues Verständnis der Beweggründe hinter einem Entscheid sowie des Wegs dazu möglich wird.

3. Das Ganze macht Marke: Unser Markenverständnis

Alle Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette machen in Unternehmen, Standorten und Institutionen täglich Marke. Dieses Grundverständnis mündet in ganzheitliche Lösungen und Instrumente – auch wenn ein einzelnes Projekt auf einen Bereich fokussiert ist.

4. Den Markt machen

Erfolgreiche Marken verstehen Nachfrage und Bedürfnisse ihrer Kundschaft nicht als etwas Gegebenes. Vielmehr sensibilisieren sie ihre Kundschaft für die entscheidenden Unterschiede in der Leistung. Unser Entwicklungsansatz setzt hier an: Leistung hat einen Markt vor sich, wenn sie sich unterscheidet und Nutzen schafft, und Nutzen wie Eigenheit in fassbarer Weise in die potenzielle Kundschaft getragen werden.

5. Substanz mit Raffinesse und mit den Akteuren entwickeln

Die besondere Chance liegt im genauen Verstehen, Entwickeln und Nutzen der vorhandenen Substanz – und nicht im Nachahmen eines Konkurrenten. Weil das Besondere von innen gewöhnlich wirkt, kann der kundschaftsgeschärfte Blick von aussen vorhandenes Potenzial entdecken und mit Raffinesse aus dieser Substanz Neues schöpfen.

Vorgehen und Instrumente



Analyse – komplexe Marken-Situation durchdringen

In einem ersten Schritt werden die komplexen Fragestellungen der Marke wie folgt durchdrungen:

- > Analyse von Daten und Fakten
- > Auftaktworkshop: Einführungs- und Aufnahmeworkshop mit ausgewählten Mitarbeitenden respektive dem Projektteam
- > Persönliche, dynamisch-offene Kundschafstinterviews (Dauer ca. 15 bis 90 Minuten pro Interview)
- > Augenscheine vor Ort
- > Einbezug der relevanten Umfeldentwicklungen

Damit wird ein fundiertes und objektives Verständnis der spezifischen Marken-Situation erarbeitet.



Lösungsentwicklung – konsequent auf den Markt gerichtet

Auf Grundlage der Analyse wird die Lösung mit folgenden Elementen entwickelt:

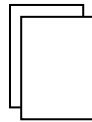
- > Spezifische Erfolgsfaktoren, die in den nächsten 5 bis 10 Jahren für den Erfolg Ihrer Marke relevant sind
- > Strategische Festlegungen, die sich aus der Positionierung herauskristallisieren
- > Bewegung vom Ist zum Soll, im Sinne von: Was muss passieren damit der Entwicklungsschritt zur neuen Positionierung gelingt?
- > Herausforderungen (Entwicklungen, Trends) sowie besondere Chancen, die ideal zu Ihrer Marke passen
- > Interne Knoten bei denen sich die Marke selber im Weg steht
- > Vision, Mission und langfristige strategische Ziele
- > Schlüsselinitiativen in Form von prioritären Projekten, welche die Erfolgsfaktoren und damit Ihre Positionierung im Markt stärken
- > Quickwins: Erfolgsversprechende Massnahmen die rasch realisiert werden können

Aus diesen Elementen erstellen wir für Ihre Marke ein spezifisches Umsetzungsprogramm.



Lösungsvermittlung – alle Marken-Macher involvieren

Die Aufbereitung der Ergebnisse von Analyse und Lösungsentwicklung erfolgt im Rahmen von Präsentationen und / oder Workshops. Damit die Ergebnisse der Analyse breit abgestützt sind und die Umsetzung gelingt, werden Mitarbeitende vorzugsweise in die Lösungsvermittlung involviert.



Umsetzungsinstrumente – Marken-Strategie im Alltag nutzen

Mit einer umsetzungsorientierten Präsentation, einem Manual oder mittels alternativer Formate, wie beispielsweise Handkarten, werden die zentralen Eckwerte der Analyse und Lösung festgehalten und erläutert. Sie bieten den Mitarbeitenden heute und in Zukunft Halt im Alltag, bei Entscheidungen und Entwicklungsfragen.



Begleitung und Umsetzung – Schlüsselinitiativen realisieren die Marken-Strategie

Die Realisierung der Strategie im Rahmen der Schlüsselinitiativen und der inhaltlichen Umsetzung im Alltag erfolgt in Begleitung von Swiss Brand Experts. In einzelnen Fällen bieten wir auch inhaltliche Umsetzungen an, zum Beispiel im Bereich Kommunikation.



Impulse und Controlling – Umsetzung und Verankerung der Marke prüfen und stärken

Damit die Realisierung der einzelnen Schlüsselinitiativen und die Umsetzung der Marke im Alltag reibungslos funktionieren, wird mit einer kurzen, aber regelmässigen Bestandsaufnahme geprüft, ob die Realisierung auf gutem Weg ist oder ob es allenfalls Korrekturen respektive neue Impulse braucht.