

Strategie- und Positionierungsprozess



Die richtigen
Dinge tun -
strategisch!



Die Dinge richtig
tun -
operativ!



Prozess der Markenpositionierung



Eruieren (Ist)

- Unternehmen/ Marke
- Wettbewerb
- Zielgruppe(n)
- Marktsituation
- Stärken- und Schwächen

Definieren (Soll)

- Vision
- Markenwerte
- Positionierung
- Markenarchitektur
- Botschaften
- Kommunikationsziele
- Corporate Identity

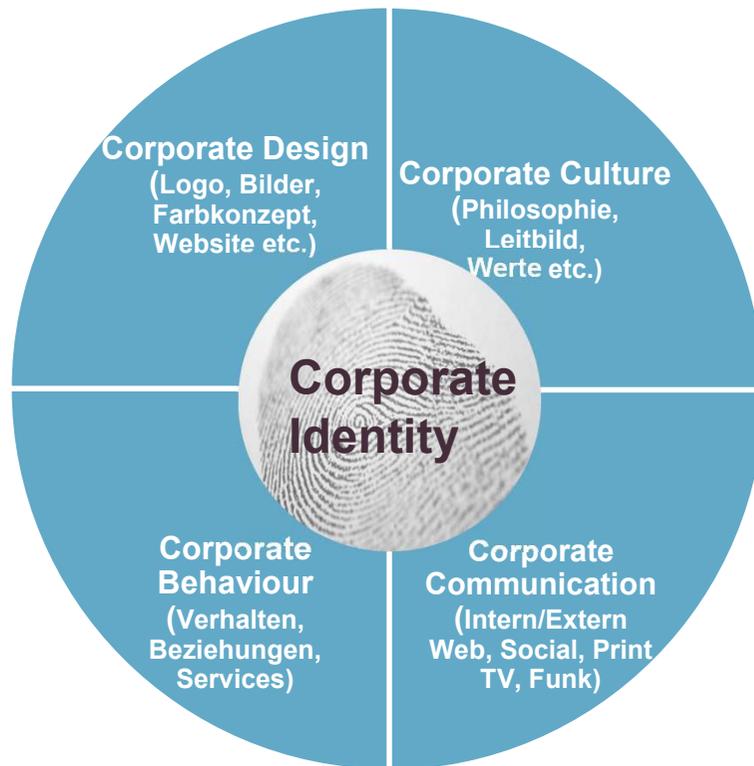
Entwickeln

- Logo
- Claim
- Markenstory
- Designkonzept
- Bild- / Formsprache
- Corporate Wording

Umsetzen

- Kommunikationsmittel
- Maßnahmen
- Richtlinien (CD-Manual)
- Implementierung
- Markeninszenierung in allen Maßnahmen

Corporate Identity



**Corporate Image
Betrachter**

