FromScratch

Expertenbeitrag: 8 Schritte zum intelligenten Marken-Aufbau

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung der Autorin [Hélène Krützen](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Montag, 01.04.2019

"DAS BILD DER MARKE IST DIE KUNST DER DIFFERENZIERUNG"

- D A V I D B R I E R

Bevor Sie mit Ihrem Projekt beginnen, müssen Sie sich zwei Fragen stellen.

Was ist eine Marke?

Eine Marke ist ein Name, ein Symbol, ein Bild, eine Kombination von Wörtern. Eine Marke ist eine andere Eigenschaft, die jemanden oder etwas von einem Mitbewerber in den Augen des Kunden unterscheidet.

Wie bauen Sie eine Marke auf?

Zunächst müssen Sie Ihre Zielgruppe verstehen. In einem hart umkämpften Markt ist das Nichtverstehen Ihres Zielkunden ein Zeichen von Unerfahrenheit, die sich auf Ihre Erfolgsfähigkeit auswirken wird. Deshalb musst du 8 wesentliche Schritte befolgen:

1.

Positionierung der Marke - die grundlegende Rolle.

Es ist Ihnen unmöglich, ein Haus ohne Fundament zu bauen? Nun, es ist das Gleiche für den Aufbau einer Marke, die eine "Marktpositionierung" haben muss. Eine Markenposition entspricht somit den Grundlagen eines Hauses, sie ist eine stabile Basis. Um sicher zu gehen, dass dieser Beitrag von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, müssen zwei Punkte hinzugefügt werden:

•

Auszeichnung

Raus aus dem Wettbewerb. Konzentrieren Sie sich auf die Entwicklung einer starken Marke, die treue Kunden anzieht. Verwenden Sie Schlüsselwörter, damit Kunden zu Ihnen kommen. Bleib einfach.

•

Relevanz

Markieren Sie das Feld, um herauszufinden, ob genug Interesse an Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung besteht.

2.

Der Slogan - Wenn Sie Ihrer Marke Charakter verleihen möchten, fügen Sie einen Slogan hinzu! Wenn Sie einen Slogan schreiben, senden Sie eine Nachricht an den Kunden, um ihm eine Vorstellung davon zu vermitteln, was er vom Kauf eines bestimmten Produkts erwarten kann. Ein klarer Slogan ist eine Gelegenheit, um die Persönlichkeit Ihres Unternehmens und die Differenzierung gegenüber Ihren Mitbewerbern zu gewährleisten. Es hilft Kunden dabei, Entscheidungen über den Kauf eines Produkts oder eines Mitbewerbers zu treffen. Versuchen Sie, einfach zu bleiben und nicht zu alt zu sein. Kunden müssen die Bedeutung Ihres Slogans sofort verstehen. Andernfalls ziehen sie weiter. Hier einige Tipps für die Erstellung des perfekten Slogans: Machen Sie es kurz und klar, machen Sie es unvergesslich und intelligent, verführen Sie Ihr Publikum mit Ihrer inneren Stimme.

3.

Persönlichkeit - Wärme, Talent, Engagement, Verantwortung und Humor. Welcher Kunde würde das nicht schätzen? Die Persönlichkeit eines Unternehmens und seine Verpflichtung, die Versprechen zu halten, führen zu guten Geschäftsbeziehungen und Kundenempfehlungen.

4.

Markenversprechen - Als Erweiterung der Positionierung Ihres Unternehmens wird das Versprechen, dass Ihr Unternehmen auf dem neuesten Stand ist, langfristige Ergebnisse haben.

5.

Der Name - unterschätzen Sie nicht den Namen, den Sie Ihrem Unternehmen geben! Wie kommt es, dass einige Markennamen mehr als andere in Führung bleiben? Manchmal liegt es an der Konnotation, an einer älteren Kundenerfahrung mit diesem Objekt und so weiter. Markennamen können mit Worten gebaut werden, die bereits existieren, wie „Facebook“ oder eine Kombination von Buchstaben und Worten wie „Adidas“, die tatsächlich enthält „Adi“ (Spitznamen für Adolf) und „Die“ (aus "Dassler"). Mit etwas Fantasie finden Sie den Namen, den Sie brauchen.

Ein Name spielt eine monumentale Rolle und kann ein Unternehmen vollständig gründen oder brechen, weil:

- Das ist das erste, was Kunden sehen
- Er fasst die Mission dieser Marke zusammen
- Es repräsentiert Ihren einzigartigen Ansatz

6.

Das Logo

Ein Logo existiert, um die Vertretung eines Unternehmens zu stärken. Es hilft den Verbrauchern, die Marke jedes Mal zu erkennen, wenn sie auf sie treffen. Es besteht kein Zweifel, dass ein effektives Logo eine Marke visuell von den übrigen unterscheidet. Ein unverwechselbares Logo ist

ein unvergessliches Logo. Aufgefallen und gemerkt zu werden, ist für ein Anfängerunternehmen bereits ein großer Erfolg.

7.

Farbe und Bildsprache

Das visuelle ist entscheidend für die Wahl des Kunden. Farbe, Stil und Typografie schaffen ein ästhetisches Universum, das Sie und Ihre Marke belohnen kann, indem Sie täglich mehr Kunden gewinnen.

8.

Die Nachricht, die weitergeleitet werden soll

Die Botschaft ist die Stimme Ihrer Marke. Wenn Sie Ihre Geschichte richtig erzählen, können Sie Menschen, um Ihre Motivation und Ihr Ziel zu beziehen, sie davon zu überzeugen, Ihr Produkt oder eine Dienstleistung zu wählen. Entwerfen Sie eine Geschichte, die Menschen ansprechen wird, das ist klar und einfach zu verstehen, kann es einige Zeit dauern, aber es erlaubt Ihnen, kurz zu erklären, warum Sie tun, was Sie in allen möglichen Situationen zu tun Und sobald Sie Ihre Stimme gefunden haben, werden Sie feststellen, dass die Leute plötzlich bereit sind, Ihnen zuzuhören.

Dank dieser Schritte und viel Arbeit haben wir bei FromScratch in kurzer Zeit vielversprechende Ergebnisse erzielt.

Unternehmen wie Coca-Cola, Infrabel, Proximus, Orange, ING, Skoda usw. haben verstanden, was wir anbieten und wie wir ihnen helfen können, ihre Ziele zu erreichen.

Was ist mit Ihrer Marke?

8 Schritte zum intelligenten Marken-Aufbau

Links

- [FromScratch](#)