

Bildet euren Markenkern

Schafft euch als
Unternehmen und Marke
einen Vertrauensvorsprung

Einführung

In der heutigen von ständigem Wandel und intensivem Wettbewerb geprägten Geschäftswelt erkennen Unternehmen zunehmend die Relevanz einer engen Verknüpfung zwischen ihrer Business-Strategie und ihrer Brand Strategy. Moderne Unternehmen begreifen, dass die Integration dieser Strategien nicht nur die Markenidentität stärkt, sondern auch zu effizienteren Abläufen führt und somit den Erfolg des Unternehmens maßgeblich beeinflusst.

Auf dieser Grundlage ist es wichtig zu betonen, dass Werte eine entscheidende Rolle als verbindende Elemente spielen und eine Brücke zwischen diesen beiden Bereichen schaffen. Im Folgenden zeige ich euch, wie ihr Werte definieren und erfolgreich in eurem Unternehmen sowie in eurer Marke als sogenannten Markenkern integrieren könnt.

01

Lasst uns die Identität eurer Marke aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten und dabei das eine Wort finden, das sie am treffendsten beschreibt.

WELCHES EINE WORT BESCHREIBT
EURE MARKE AM EHESTEN?

A1 _____ ☆☆☆☆☆

A2 _____ ☆☆☆☆☆

A3 _____ ☆☆☆☆☆

A4 _____ ☆☆☆☆☆

WELCHES EINE WORT WÜRD EURE
KONKURRENZ FÜR EUCH NUTZEN?

B1 _____ ☆☆☆☆☆

B2 _____ ☆☆☆☆☆

B3 _____ ☆☆☆☆☆

B4 _____ ☆☆☆☆☆

WELCHES EINE WORT WÜRDEN EURE
KUNDEN FÜR EUCH NUTZEN?

C1 _____ ☆☆☆☆☆

C2 _____ ☆☆☆☆☆

C3 _____ ☆☆☆☆☆

C4 _____ ☆☆☆☆☆

Wortsammlung

Diese Wortsammlung wird euch helfen eure Werte zu beschreiben

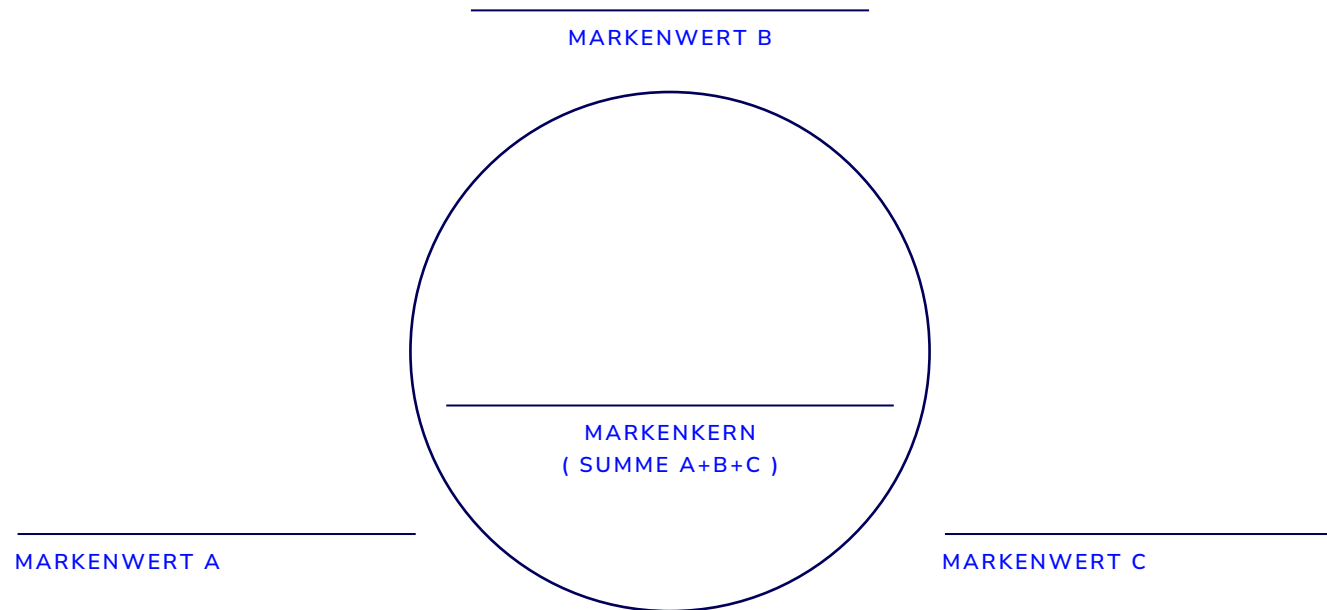
✂	QUALITATIV	SYMPATHISCH	CORPORATE	PRAKTISCH	SELBSTBEWUSST
	INNOVATIV	EHRlich	ECHT	ETABLIERT	UNKONVENTIONELL
	VERTRAUENSWÜRDIG	KÜHN	ALTBEWÄHRT	SKURRIL	PROGRESSIV
	TRANSPARENT	BODENSTÄNDIG	ZART	WARM	FEIN
	PROFESIONELL	VITAL	ZWANGLOS	COOL	DURCHDACHT
	ERFAHREN	MASSGEBEND	ROBUST	DIREKT	FÜRSORGLICH
	KUNDENORIENTIERT	EDGY	MASKULIN	NAHBAR	LAUT
	ZUVERLÄSSIG	GEHOBEN	FEMININ	RUHIG	DRIVEN
	LEIDENSCHAFTLICH	HANDS-ON	ROBUST	FAMILÄR	ELITÄR
	BEWEGEND	VERSPIELT	JUGENDLICH	SOPHISTICATED	AUTORITÄR
	VORAUSSCHAUEND	KREATIV	INKLUSIV	ZURÜCKHALTEND	GERADLINIG
	PROVOKANT	TECHNISCH	EXKLUSIV	EMOTIONAL	ABWECHSLUNGSREICH



DIE HIER IN GRÜN BESCHRIEBENEN WERTE SIND OFT GRUNDVORRAUSSETZUNG FÜR EINE MARKE UND KÖNNEN SO NICHT ALS VORRANGIGE MARKENWORTE VERWENDET WERDEN.

02

Führt die erarbeiteten Werte mit dem höchsten Rating im Markenwerterad zusammen und bildet einen zentralen Markenkernwert. Die gemeinsame Verbindung dieser drei Werte beschreibt euren Markenkern.





Fragen und Anregungen?

Get in touch.

MARKE MACHEN

FRISM® Markenstrategie und Design
www.frism.de

Florian Ritter
Charlottenburger Straße 22
13086 Berlin

Telefon: +49(0)15150666743
E-Mail: yes@frism.de

Die Gedanken und Ideen, die in dieser Präsentation dokumentiert sind, sind stets Eigentum von Frism®, vertreten durch: Florian Ritter. Alle Inhalte sind nach deutschem Urheberrecht geschützt. Jegliche Nutzung, auch auszugsweise, dieser Präsentation oder die Weitergabe an Dritte erfordert in jedem Fall die ausdrückliche Zustimmung und eine schriftliche Genehmigung von Frism®, Florian Ritter.