

Operatives Markenmanagement

Marken führen Teil 2.

1. Die Marke und ihre Inhalte

- Die Wertvorstellung
- Die Mission der Marke

2. Das Produkt

- Die Kernleistung
- Die Qualität
- Das Design
- Die Zusatzleistungen

3. Die Identifikationsbausteine

- Der Name (siehe auch «Merkblatt Markenentwicklung»)
- Die Signatur (Logo)
- Das Schriftprogramm (Schrifttyp)
- Das Farbprogramm (Flächen)
- Die Grafikelemente (Farbprogramm und Formen)

4. Die Botschaft der Marke

- Die Schlüsselbilder (visuelles Extrakt der Positionierungsbotschaft)
- Die Schlüsselthemen (inhaltlich-verbales Extrakt der Positionierungsbotschaft)

Umsetzungsbeispiele:

- Am POS 3D-Elemente, Schaufenster, Promotionen, Messestände etc.
- Public Relations Events, Medieninformationen etc.
- Werbung Inserate, Plakate, Multimedia, Videos, Internet etc.
- Produkteumfeld Verpackung, Dokumentation etc.
- Unternehmen Visuelle Erscheinung von Briefschaften, Beschriftungen, Uniformen etc.

Quelle: www.frick-partner.ch