Büro für Strategie, Design
und Kommunikation

markenfaktur

# Prozess einer Markenentwicklung

Von der Analyse bis zur Markenführung

# Hallo,

**soll Ihr bestehender Unternehmens- oder Markenauftritt erneuert und geschärft werden?
Oder wollen Sie eine neue Marke aufbauen?**

**Wir bieten einen effektiven Prozess und das komplette Leistungsspektrum dafür.
Unsere Leistungen beschränken sich nicht nur auf Markenstrategie und Kreation, sondern beginnen bereits bei der Beratung zu Geschäftsmodellen und Produktinnovationen.**

**Gerne unterstützen wir Sie bei Ihrem Vorhaben!**

**Sprechen Sie mich an:
T. 06221–652 13 54**

Martin Riekert (Dipl.-Des.)

---

## Weitere Broschüren als PDF zum Download:

**Referenzen in unserem brandbook**
14 Success Stories auf 92 Seiten

**Unsere Imagebroschüre**
Woran wir glauben und was wir bieten

**Wissen und Inspiration für Markenentwicklungen**
Herausforderungen und Erfolgsfaktoren

**Whitepaper**
Besuchen Sie auch den Downloadbereich auf unserer Website

Alle Informationen auf unserer Website:
www.markenfaktur.de

# Wir machen Marken und Gewinner.

markenfaktur
Martin Riekert (Dipl.-Des.)
Bergheimer Straße 147 C
69115 Heidelberg

T. 06221–652 13 54
info@markenfaktur.de
www.markenfaktur.de

## Unser Prozess

1. UNTERNEHMENSANALYSE
**Bestandsaufnahme Ihres Unternehmens** 5

2. MARKTANALYSE
**In welcher Welt bewegt sich Ihr Unternehmen?** 6

3. STRATEGIE
**Welche Rolle soll Ihr Unternehmen heute und in Zukunft spielen?** 7

4. KREATION
**Stil, Form und Geschichten entwickeln** 8

5. IMPLEMENTIERUNG
**Intern die eigene Marke verstehen und leben** 10

6. MARKEN-ERLEBNISSE
**Durch Markenerlebnisse Menschen erreichen und als Kunde gewinnen** 11

7. MARKEN-FÜHRUNG
**Die Marke durch eine sich ständig verändernde Welt begleiten** 12

Unsere Auftraggeber sollen zu den Gewinnern der Zukunft gehören. Dafür haben wir den Prozess zur Markenentwicklung kontinuierlich weiterentwickelt und optimiert.

Die hier zusammengestellten Projektschritte führen in der Summe zu einer zukunftsstarken und nachhaltigen Marke.

Neu ist: Wir berücksichtigen bei der Strategieentwicklung u.a. die großen Mega- und Zukunftstrends. Auf deren Basis können wir für unsere Auftraggeber eine zukunftsfähige Positionierung herausarbeiten, die das größte Potenzial im Markt hat. Erst anschließend entwickeln wir kreative Konzepte, die für Aufmerksamkeit und positive Kundenerlebnisse sorgen.

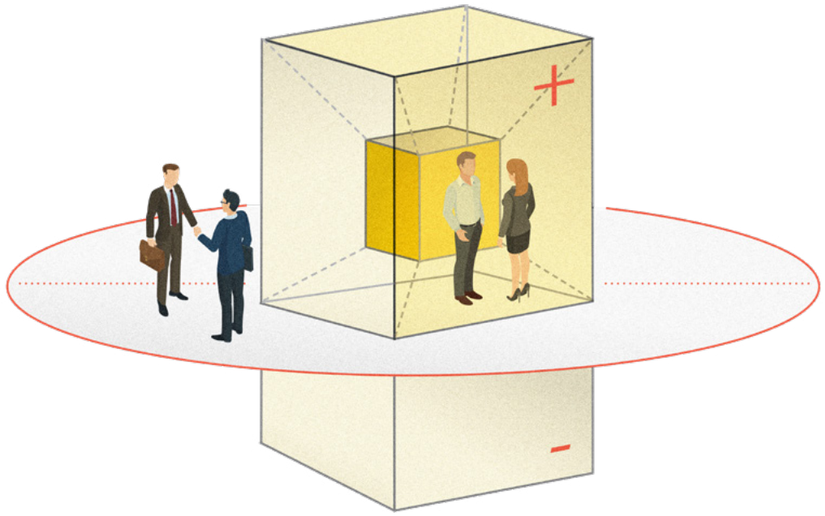
Wir wollen nicht nur, dass sich Ihr Unternehmen in individuellem und schickem Corporate Design präsentiert. Wir wollen auch erreichen, dass Sie in Zukunft neue Kunden und Marktanteile dazugewinnen.

Wir aktivieren die Kraft Ihrer Marke.

**ANMERKUNG**

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Zusammenstellung sämtlicher Leistungen und Ergebnisse, die wir erarbeiten. Welche Leistungen davon für Sie relevant sind, das finden wir bei einem gemeinsamen ausführlichen Gespräch heraus.
Gerne können Sie auch nur Einzelleistungen wie z.B. die Umsetzung einer Website oder Imagebroschüre beauftragen.






1. UNTERNEHMENSANALYSE

# Bestandsaufnahme Ihres Unternehmens

**VORGEHEN**

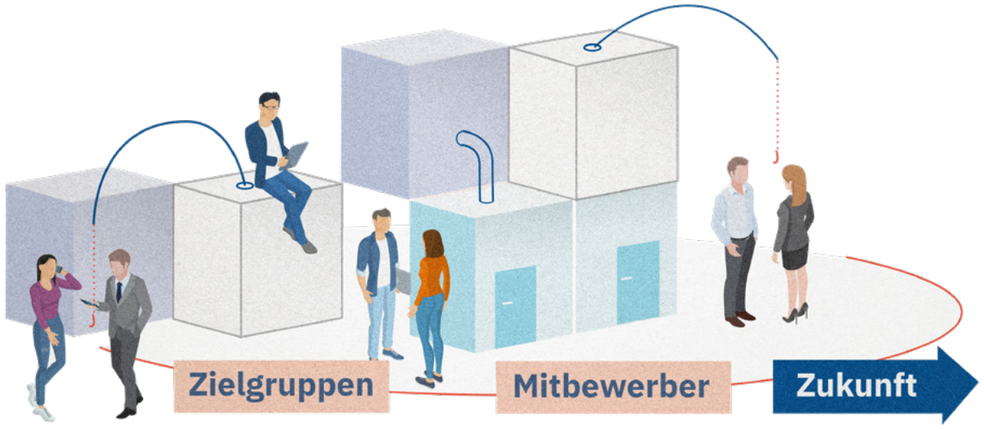
— Sichtung und Analyse sämtlicher Medien und Unterlagen zum Unternehmen (Desktop-Research)
— Workshop zum Status quo der Unternehmensidentität, zur Leistung (Angebot und Kompetenzen) sowie zur Historie und den Zukunftsplänen Ihres Unternehmens
— Analyse des aktuellen Corporate Designs und der Unternehmenskommunikation
— Optional: Interviews und/oder Umfragen mit Fragebogen zum Ist-Zustand im Unternehmen
— Optional: Interviews und Umfragen bei Kunden

**ERGEBNISSE**

AUSWERTUNG VON FRAGEBÖGEN UND DER WORKSHOPS

DOKUMENTATION DES STATUS QUOS:

— Gründungsidee, Historie, Herkunft und Entwicklung des Unternehmens
— Unternehmerische und strategische Ziele; Zukunftsprojektionen und -szenarien
— Beschreibung der Persönlichkeit der Gründer und dessen Art der Unternehmensführung
— Beschreibung der Mitarbeiter-Typen; Verhalten der Mitarbeiter
— Identifikation von besonderen Merkmalen, typischen Eigenschaften, Erfolgsfaktoren und Störfaktoren, sowie Stärken und Schwächen des Unternehmens (SWOT)
— Identifikation von möglichen Differenzierungs- und Alleinstellungsmerkmalen der Leistung (Angebot und Kompetenzen)
— Kundennutzen und Mehrwert für Zielgruppen
— Status quo der Nutzung der Kommunikationskanäle
— Status quo der Unternehmensstruktur




2. MARKT- UND TRENDANALYSE

# In welcher Welt bewegt sich Ihr Unternehmen?

**VORGEHEN**

— Mitbewerber-Analyse (Desktop-Research)
— Zielgruppen-Analyse (Desktop-Research)
— Kontextanalyse Markt: Wer kauft was, bei wem, wie, wo und warum.
— Identifikation von relevanten Megatrends, Branchentrends und Zukunftsthemen
— Recherche bzgl. Innovationen und neuen Geschäftsideen innerhalb der Branche
— Optional: Workshop zum Marktumfeld und zu den Mitbewerbern
— Optional: Workshop zur Definition von Personas

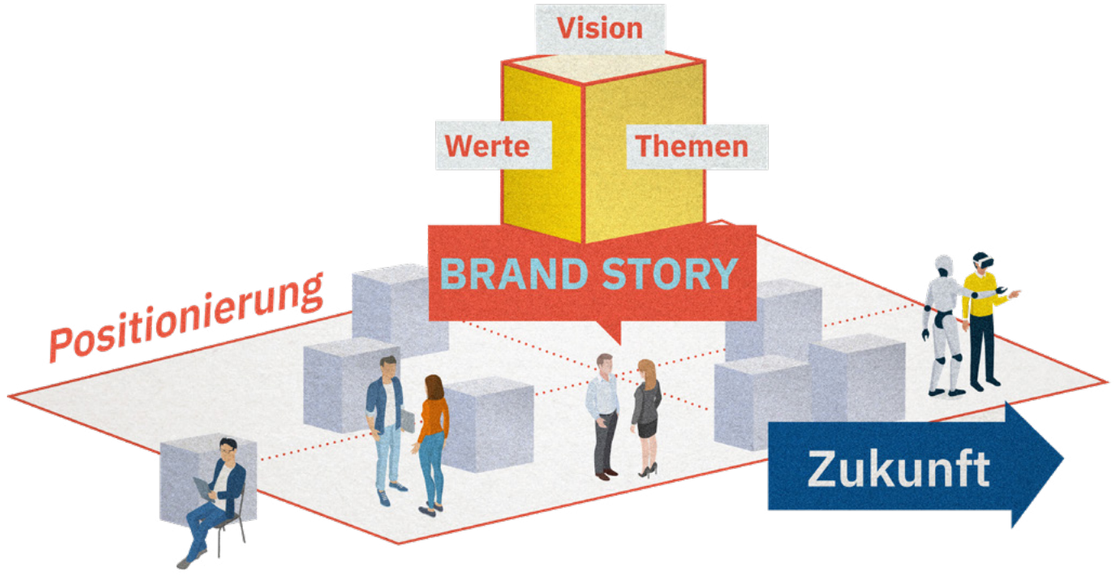
**ERGEBNISSE**

ZIELGRUPPEN
— Motive, Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppen
— Zielgruppen-Modelle: Anwendung von Sinus Milieus und/oder Limbic Map
— Definition von Personas; erstellen einer Customer Journey

MITBEWERBER
— Zusammenstellung der Stärken und Schwächen
— Beschreibung der Positionierung im Markt, der Brand Story und der Designwelt der Mitbewerber

MARKT
— Typische Vertriebskonzepte und -Strukturen
— Typische Eigenschaften und Herausforderungen innerhalb des Marktes
— Zusammenstellung der relevanten Megatrends, Branchentrends und Zukunftsthemen sowie deren Einfluss für Ihr Unternehmen und den Markt (Chancen und Gefahren)






3. STRATEGIE

# Welche Rolle soll Ihr Unternehmen heute und in Zukunft spielen?

**VORGEHEN**

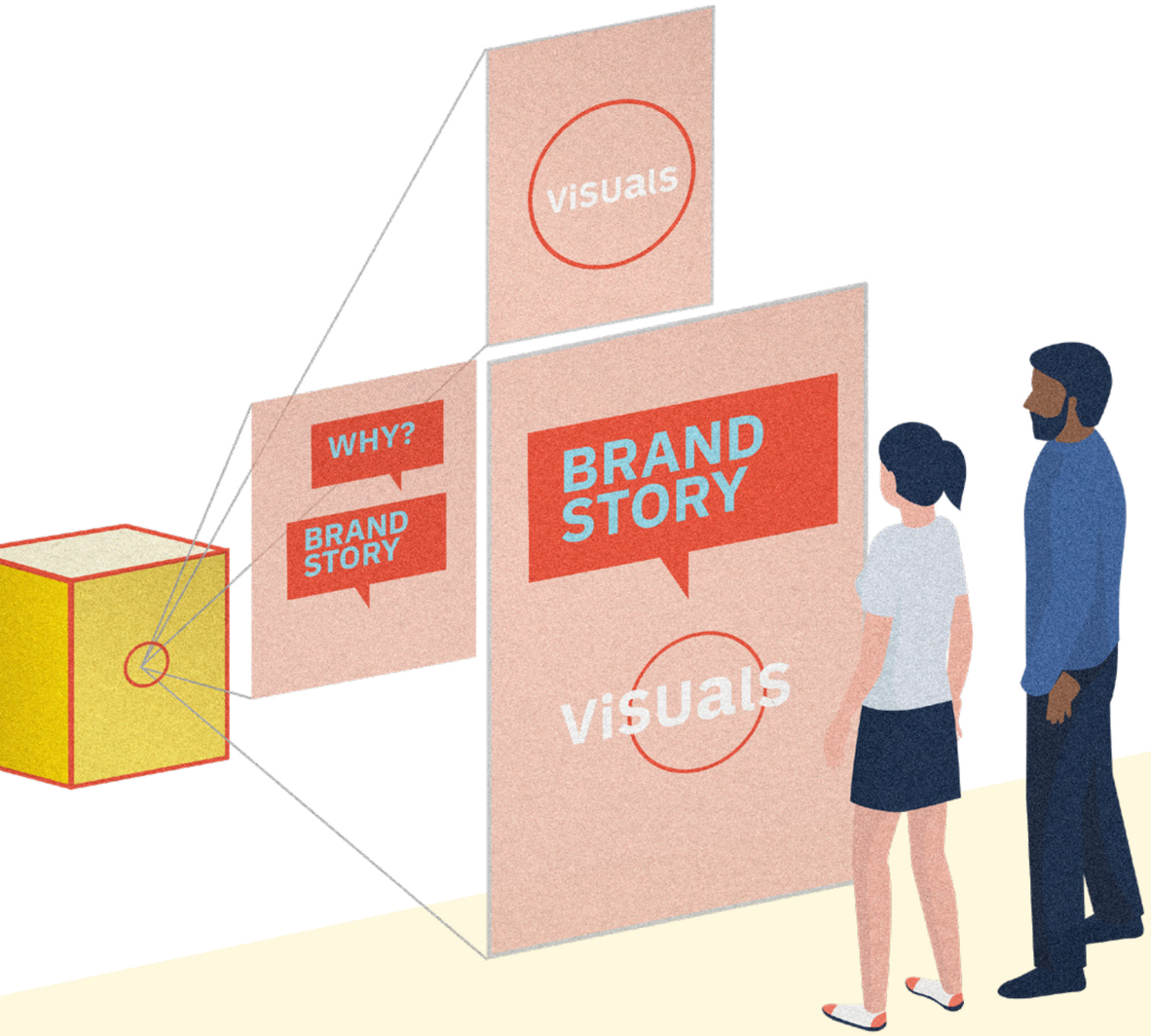
— Beratung und Planung
— Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung eines Strategie-Workshops

**ERGEBNISSE**

CORPORATE IDENTITY
— Definition der Unternehmensidentität: Vision und Mission, Unternehmenswerte, Erfolgsfaktoren und Unternehmensleitbild (Mind-Set)
— Kommunikationskonzept: Definition der wichtigsten Botschaften und Kommunikationsthemen

MARKTPOSITIONIERUNG UND BRAND STORY
— Definition der Zielgruppen/Personas (Motive und Bedürfnisse)
— Positionierung im Bezug auf Zielgruppen, Mitbewerber und Megatrends
— Definition der Leistung: Geschäftsmodell, Produkte und/oder Dienstleistungen; USP Produktnutzen/ Dienstleistungsnutzen; Erfolgsfaktoren; Marken- und Angebotsstruktur
— Definition des Markenkerns: Purpose/Markenkern (why), Markenwerte
— Kommunikationskonzept: Brandstory, wiederkehrende Formulierungen, Storytelling
— Definition der zukünftig relevanten Kommunikationskanäle und Medien

EMPLOYER BRANDING
— Grundlagen zum erfolgreichen Recruiting
— Grundlagen zur Mitarbeiterbindung und für deren Leistungssteigerung




4. KREATION

# Stil, Form und Geschichten entwickeln

**VORGEHEN**

— Workshop zur Stilfindung via Moodboards
— Kreativ-Workshop zur Visualisierung der Leitidee und Brand Story
— Kreation in einem agilen und iterativen Prozess

**ERGEBNISSE**

LOGO

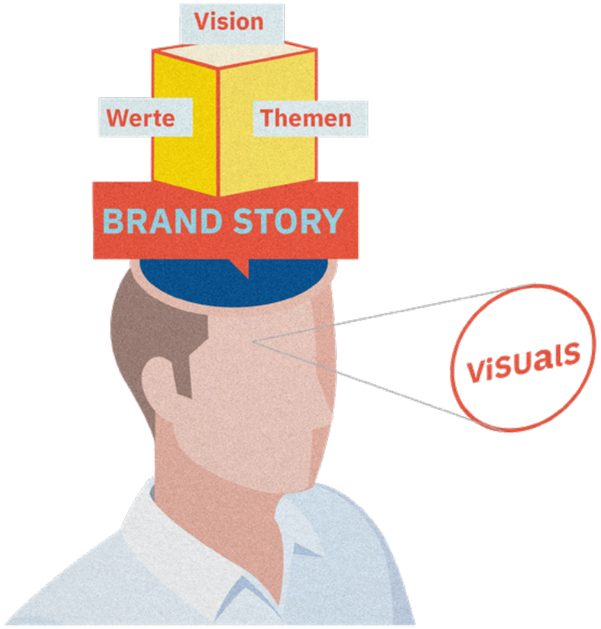
— Naming, Claiming
— Farbwelt, Typografie, Bildzeichen
— Logo (Redesign oder Neuentwicklung) und/oder Logosystem

KREATION DES MARKEN- UND CORPORATE DESIGNS

— Kreative Leitidee
— Visuelle Leitidee, Key Visuals, Main-Pictures
— Allgemeine Bild- und Formsprache
— Marken-/Corporate Design (Farbwelt, Typografie, Layoutprinzipien und Gestaltungsregeln) anhand von prototypischen Layouts der wichtigsten Medien: Website (Startseite), Titelseite + Innenseiten Broschüre, Titel Flyer, Geschäftsausstattung etc.

MARKEN- UND UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

— Kreative Leitidee
— Definition der Sprache (Corporate Language)
— Zusammenstellung wiederkehrender Formulierungen
— Kommunikationskonzept zur Vermittlung der Brand Story sowie der wichtigsten Kommunikationsthemen durch Text und Bild




5. IMPLEMENTIERUNG

# Intern die eigene Marke verstehen und leben

**VORGEHEN**

— Beratung und Planung
— Optional: Strategie-Workshop zur Implementierung
— Optional: Workshop und Schulung der Mitarbeiter
— Optional: Design-Workshop für ausgewählte Mitarbeiter

**ERGEBNISSE**

— Konzept zur Implementierung (und zum Change Management)
— Brand-Guide für Mitarbeiter
— Design-/Marken-Manual
— Give Aways

6. MARKEN-ERLEBNISSE

# Durch Markenerlebnisse Menschen erreichen und als Kunden gewinnen

**VORGEHEN**

– Beratung
– Auswahl und Planung von Medien und Budget
– Agiler Entwicklungs-, Kreations- und Realisationsprozess für einzelne Medien

**AUSWAHL MEDIEN/THEMEN**

ONLINE-MEDIEN

— Corporate Website, Produkt-Website, E-Commerce / Webshop
— Social Media Konzept, Google AdWords, Online Marketing, SEO

PRINT-MEDIEN

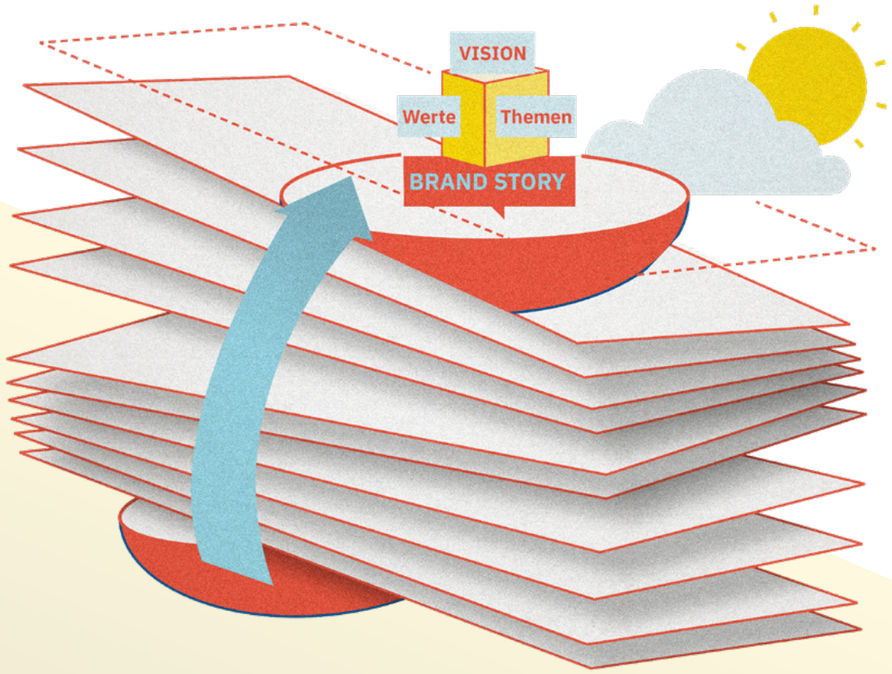
— Geschäftsausstattung
— Printprodukte zur Angebotspräsentation (Produkt-Katalog, Produkt-Flyer)
— Editorial, Imagebroschüre, Geschäftsbericht, Magazin

INDIVIDUELLE MARKETING-AKTIONEN

— Konzept mit verkaufsfördernden Maßnahmen
— Anzeigenkampagnen
— Aktionen für Mitarbeiter
— Aktionen für Bewerber (Employer branding)

PACKAGING

— Verpackungen für Food, Beverage, Electronics, Industrial
— Produktinszenierung am POS oder auf Messen




7. MARKEN-FÜHRUNG

# Die Marke durch eine sich ständig verändernde Welt begleiten

**VORGEHEN**

— Regelmäßige branchenspezifische Marktanalyse
— Auswerten der Effizienz und Relevanz der bisher umgesetzten Medien
— Adaption/Transformation einzelner Medien in einem agilen und iterativen Prozess

**ERGEBNISSE**

— Präsentation der neuesten Entwicklung bei den Mitbewerbern und der Megatrends
— Konzept zur Adaption/Transformation der Marke
— Anpassung/Modernisierung der Kommunikationsthemen und Bildwelt
— Konzept und Umsetzung einzelner Medien

# Wir erneuern und modernisieren Ihre bestehende Marke oder entwickeln für Sie eine vollständig neue Marke.

Sie können den großen Marken-Relaunch oder auch nur Teilprojekte bei uns in Auftrag geben. Gerne stellen wir Ihnen die Leistungen zusammen, die für Ihre Situation und Ziele sinnvoll sind.

## Das können Sie von uns erwarten:

**Erfahrung und Beratungsmentalität.** Weil die Marke einen signifikanten Einfluss auf den Erfolg Ihres Unternehmens hat, stellen wir Ihnen ausschließlich einen Markenexperten mit langjähriger Projekterfahrung und Beratungskompetenz zur Seite. Er wird Ihnen die richtigen Fragen stellen, relevante Zusammenhänge erkennen und für Sie Szenarien für die richtige Positionierung, Strategie sowie das Markendesign ausarbeiten.

**Klare Prozesse.** Markenprojekte sind hochkomplex und vielschichtig. Damit wir aus jedem Projekt ein Erfolgsprojekt machen, haben wir unseren Markenprozess kontinuierlich weiterentwickelt und optimiert. Er führt uns gemeinsam mit Ihnen zuverlässig durch das gesamte Markenprojekt.

**Projektmanagement, Budget- und Zeitplanung.** Der komplette Prozess einer Markenentwicklung besteht aus sehr vielen Arbeitsschritten und Teilergebnissen. Eine strukturierte Projektplanung ist daher unerlässlich. Für die Kundenzufriedenheit ist nichts besser, als Projekte, die „in time and budget“ abgeschlossen werden. Projektmanagement, Budget- und Zeitplanung sind Aufgabe Ihres persönlichen Markenexperten, der die einzelner Teilbereiche kennt und diese zuverlässig steuert.

Wir würden uns freuen, Sie, Ihr Unternehmen und Ihre Ziele kennenzulernen!

**T. 06221–652 13 54**
**info@markenfaktur.de**

Martin Riekert (Dipl.-Des.)

**www.markenfaktur.de**



Impressum:

Text und Redaktion: Martin Riekert
Gestaltung: Martin Riekert
Illustrationen: Martin Riekert

Stand 02.2019

© 2019 by markenfaktur, Martin Riekert

**Markt- und Unternehmensanalyse**
**Megatrends und Zukunftsthemen**
**–**
**Marktpositionierung und Brand Story**
**Corporate Identity**
**–**
**Marken-/Corporate Design**
**Marken-/Unternehmens-Kommunikation**
**Markenimplementierung und -Führung**
**–**
**Online-Medien**
**Print-Medien**
**Individuelle Marketing-Aktionen**

**www.markenfaktur.de**