



Brand Booklet

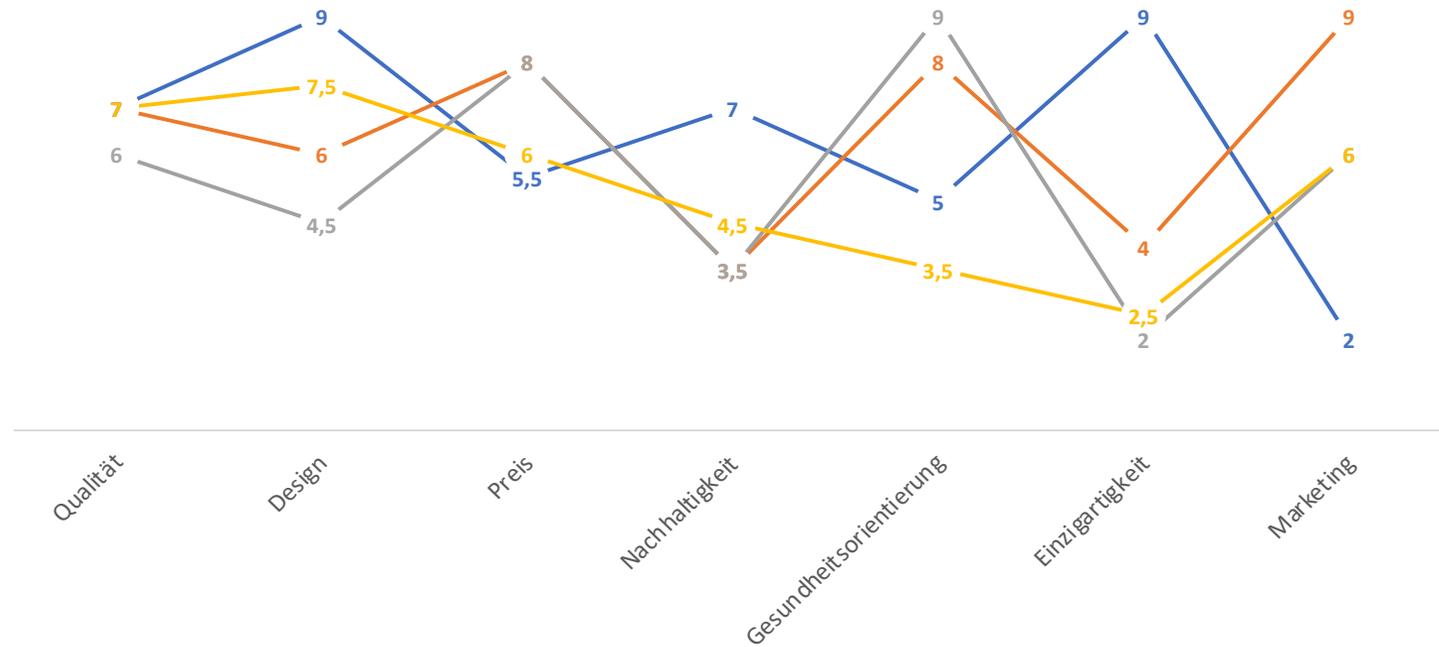
- ein kurzer Auszug -



YOUR BRAND
S L O G A N T E X T

Wettbewerbs-Analyse

WETTBEWERBER: STÄRKEN/SCHWÄCHEN-ANALYSE



Zielgruppe-Definition

Demographie und Sozio-Ökonomie

Alter

Geschlecht

Standt/Land

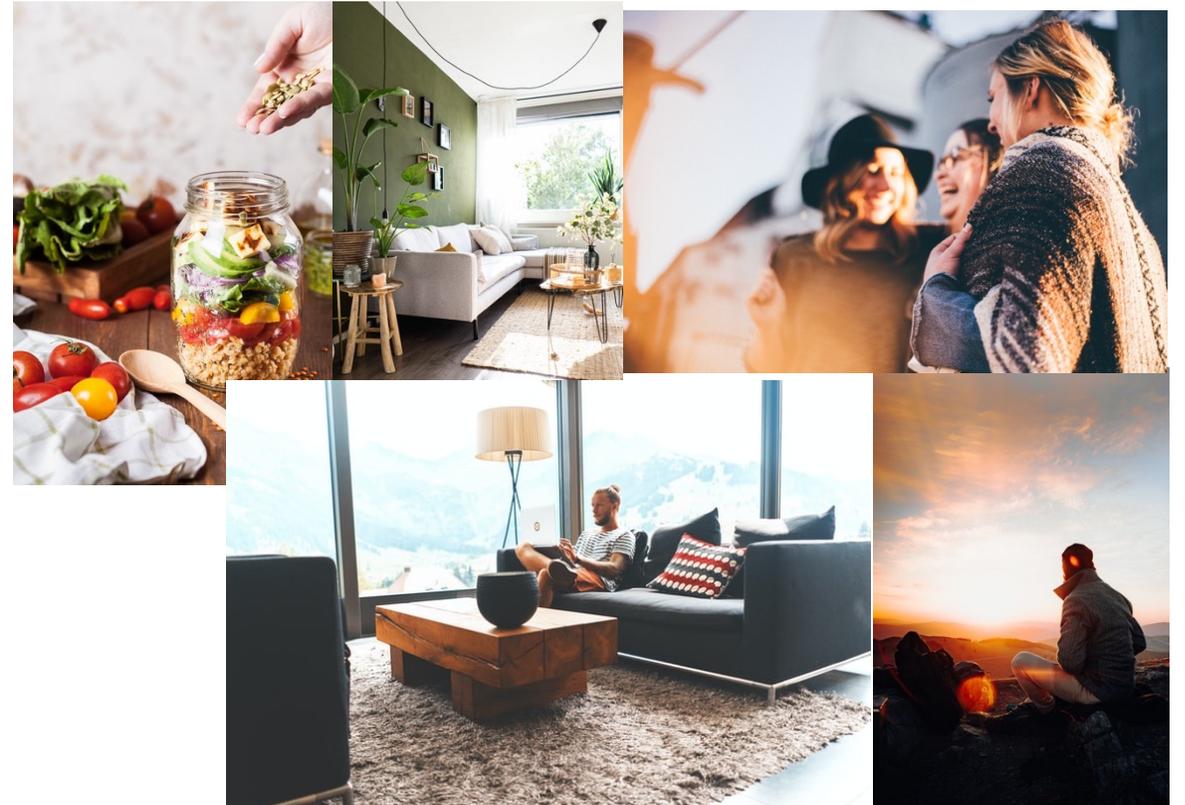
Einkommen

Bildungsgrad

Psychographische Merkmale

Trendsetter / Sozial / Kaufverhalten

Geringe Preissensibilität



Buyer Persona: Bernd Outdoor



Hintergrund

- ▶ Bernd hat einen großen Freundeskreis und trifft diesen gerne regelmäßig abends oder zu Sport
- ▶ Hin und wieder ist er aber auch für sich alleine und liebt die Abgeschiedenheit
- ▶ Bernd hat allerdings einen stressigen Job, der viel Zeit in Anspruch nimmt

Demographie

- Männlich
- 35 Jahre alt
- Bürgerliches Elternhaus
- Wohnt in Graz, auf dem Land aufgewachsen
- Die Wohnung durchschnittlich groß

Identifikatoren

- Bernd liebt gutes Essen und Trinken, gerne in Lokalen die hochwertige Lebensmittel servieren
- Die Einrichtung der Wohnung ist ihm wichtig – er liest gerne Einrichtungszeitschriften und liebt den nordischen Stil

Herausforderungen

- Er würde gerne mehr Zeit für sich haben und weniger Kraft in Nebenschauplätze investieren.

Erwartungen / Ziele / Emotion

- Die erarbeiten wir gemeinsam in unseren Workshops

Ideale Lösung

- Die erarbeiten wir gemeinsam in unseren Workshops

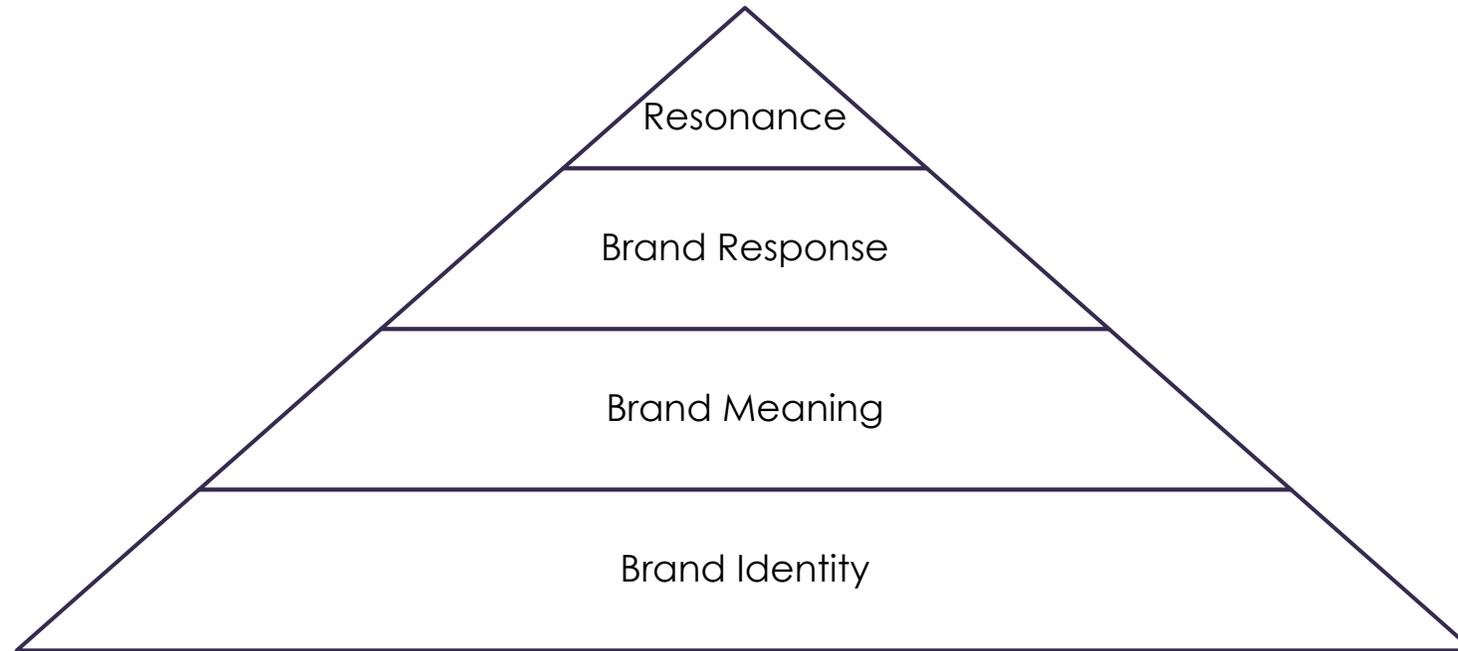
Häufige Einwände

Die erarbeiten wir gemeinsam in unseren Workshops

USP

Ihr USP kristallisiert sich während unseres Workshops immer stärker heraus und wird hier vermerkt sein.

Brand Equity Modell (Kevin L. Keller)



1. Brand Identity (Who are you)

- Was ist dein Produkt?

Dies erarbeiten wir gemeinsam im Workshop

- Was ist dein USP?

Dies erarbeiten wir gemeinsam im Workshop

- Wofür steht dein Produkt bzw. Unternehmen?

Dies erarbeiten wir gemeinsam im Workshop

- Wie unterscheidet sich deine Marke von den anderen?

Dies erarbeiten wir gemeinsam im Workshop

3. Brand Response (What about you)

- ▶ Gefühle
 - ▶ Welche Gefühle entwickelt der Kunde, wenn er an die Marke denkt?
 - ▶ Welche Gefühle entwickelt der Kunde bei der Nutzung des Produkts, des Services?

- ▶ Urteile / Einstellungen
 - ▶ Wie beurteilt der Kunde unser Produkt?
 - ▶ Wurde das Problem des Kunden gelöst?
 - ▶ Wie beurteilt der Kunde die Qualität des Produkts?

Customer Journey

Entdeckung /
Awareness

Abwägung /
Consideration

Kauf /
Purchase

Nutzung /
Retention

Erfahrung teilen
/ Advocacy

- Wird in unserem Workshop erarbeitet