

Markenführung

12 Erfolgsgrundsätze für eine wachstumsstarke Marke

Immer wieder begegnen uns klare Fehleinschätzungen in der Führung von Marken, die regelmäßig dazu führen, dass Marken ihr volles Potenzial nicht ausschöpfen, nicht zu ihrer möglichen Stärke aufblühen und von innen heraus – wenn auch unbewusst – konterkariert werden. 10 Punkte auf die Sie achten sollten, um Ihre Marke nicht unbewusst zu schwächen, sondern sie aktiv als Vehikel für Wachstum zu nutzen und den Unternehmenswert zu steigern, haben wir hier aufgeführt.

1. Marke ist nicht Marketing.
2. Sie sind Marke, ob Sie wollen oder nicht.
3. Marke ist ein strategisches Element und gehört in die Unternehmensführung.
4. Wofür Ihre Marke steht, ist keine basisdemokratische Entscheidung.
5. Eine Marke braucht einen klar definierten Markenkern.
6. Marken wachsen von innen heraus – und werden auch von innen heraus zerstört.
7. Es gibt keine separate Arbeitgebermarke.
8. Marken bieten nicht alles für jeden. Sie benötigen konkrete Kenntnisse über Ihren idealen Kunden.
9. Markenerneuerung ist ein dauerhafter Prozess.
10. Das Kundenerlebnis ist der Prüfstein der Marke.
11. Auch „Einmal-Handlungen“ gegen den Markenkern schwächen Ihre Marke sofort.
12. Preisnachlässe schaden der Marke.

Wenn Sie die einzelnen Aspekte vertiefen möchten oder spezifische Problemstellungen diskutieren möchten, schreiben Sie Linda Vollberg (linda.vollberg@mandat.de).