

Ist Ihre Marke eine Gewinnermarke?

von Linda Vollberg

Kurzübersicht

- o Fünf Elemente die erfolgreiche Marken auszeichnen.
- o Selbstbewusstsein bedeutet „sich seiner selbst bewusst sein“ – genau dieses Selbstbewusstsein haben Gewinnermarken ausgebildet.
- o Gewinnermarken lassen ihre Kunden teilhaben und es gelingt ihnen auch selbst, Teil der Welt des Kunden zu werden.



„Man muss doch nur“ – nein, so einfach funktioniert erfolgreiche Markenführung leider nicht – weder via Copy and Paste mit einem Blick auf andere erfolgreiche Marken noch mit einem Blick auf den wohlmöglich erfolgreicheren Wettbewerb. Dennoch lassen sich einige Verhaltens- und Vorgehensweisen spezifischer Gewinnermarken, die sich regelhaft erfolgreicher am Markt schlagen als andere, ableiten und auf Basis unserer Projektarbeit weiter validieren. Diese fünf Elemente zeichnen eine Gewinnermarke aus und lassen sich auf Ihre Marke anwenden:

1. Gewinnermarken kennen Ihren Markenkern.

Starke Marken wissen ganz genau, wofür sie stehen. Gewinnermarken kennen ihren Markenkern, können pointiert benennen, was sie ausmacht und auf welchen wesentlichen Markenwerten die Marke ruht. Dieses Selbstbewusstsein ist eine essentielle Stärke im grundsätzlichen Aufbau der Markenführung.

2. Gewinnermarken handeln kontinuierlich, aber nicht langweilig.

Weil starke Marken wissen, wofür sie stehen, fällt es ihnen bedeutend leichter, die passenden, kongruenten Handlungen abzuleiten, um die Kontur der Marke täglich zu stärken. Bei allen Gestaltungsmöglichkeiten, z. B. an neuen Produkten, Leistungen, Absatzkanälen, aber auch Entscheidungen über Verpackungsgestaltung, Social Media Inhalte, Vertriebsaktivitäten oder interne Abwägungen wie Anschaffungen, die Weihnachtsfeier, Firmenwagen, Prozessaudits und vielerlei Dinge mehr, ist die Marke Prüfstein der finalen Entscheidung. Was nicht bedeutet, dass die Marke oder die Markenführung über alles entscheidet, sondern vielmehr, dass es Gewinnermarken schaffen, das Markenverständnis intern wirklich zu verankern und zur Prämisse ihrer Handlungen zu machen. Der rote Faden ist stets erkennbar.

3. Gewinnermarken schaffen positive Erfahrungen an jedem Kontaktpunkt.

Gewinnermarken drehen sich voll und ganz um den Kunden. Sie haben ihre idealen Kunden bzw. Kundengruppen definiert, mögliche Kontaktpunkte herausgearbeitet und steuern diese ganz bewusst, um an jeder Stelle eine positive Erfahrung schaffen zu können – oder wenigstens in der Lage zu sein, negative Erfahrungen wahrzunehmen und ihnen aktiv zu begegnen.

4. Gewinnermarken kreieren ihre eigene Welt.

Gewinnermarken wissen, dass das Produkt nicht genug ist. Sie handeln nicht getrieben und eifern Trends hinterher, sondern sie definieren sich ihre eigene Welt – z. B. aus Produkten, Dienstleistungen, gemeinsamen Erlebnissen und einem Blick hinter die Kulissen, ob online oder offline. Gewinnermarken lassen ihre Kunden teilhaben und es gelingt ihnen auch selbst, Teil der Welt des Kunden zu werden.

5. Gewinnermarken bilden eine Community.

Gewinnermarken drehen sich nicht nur um ihre Kunden, sie kennen sie persönlich, binden sie und bilden eine gemeinsame Community. Auch dies kann sowohl online als auch über offline-Formate hervorragend funktionieren. Wichtig ist, dass in der Community der Nutzen für die Markenfans erkennbar und wahrnehmbar ist. Häufig ist dies ein gewisses Maß an Exklusivität und Einzigartigkeit.

Fazit

Auf die Plätze, fertig, los! Gewonnen! So schnell wird es nicht gehen, denn Markenaufbau benötigt Kontinuität und Disziplin. Berücksichtigen Sie aber diese fünf Elemente, haben Sie die wesentlichen Säulen einer erfolgreichen Markenführung gesetzt. Nutzen Sie die nächsten Wochen für einen Abgleich mit den Verhaltens- und Vorgehensweisen in Ihrem Unternehmen – an welchem der Punkte möchten Sie arbeiten?