

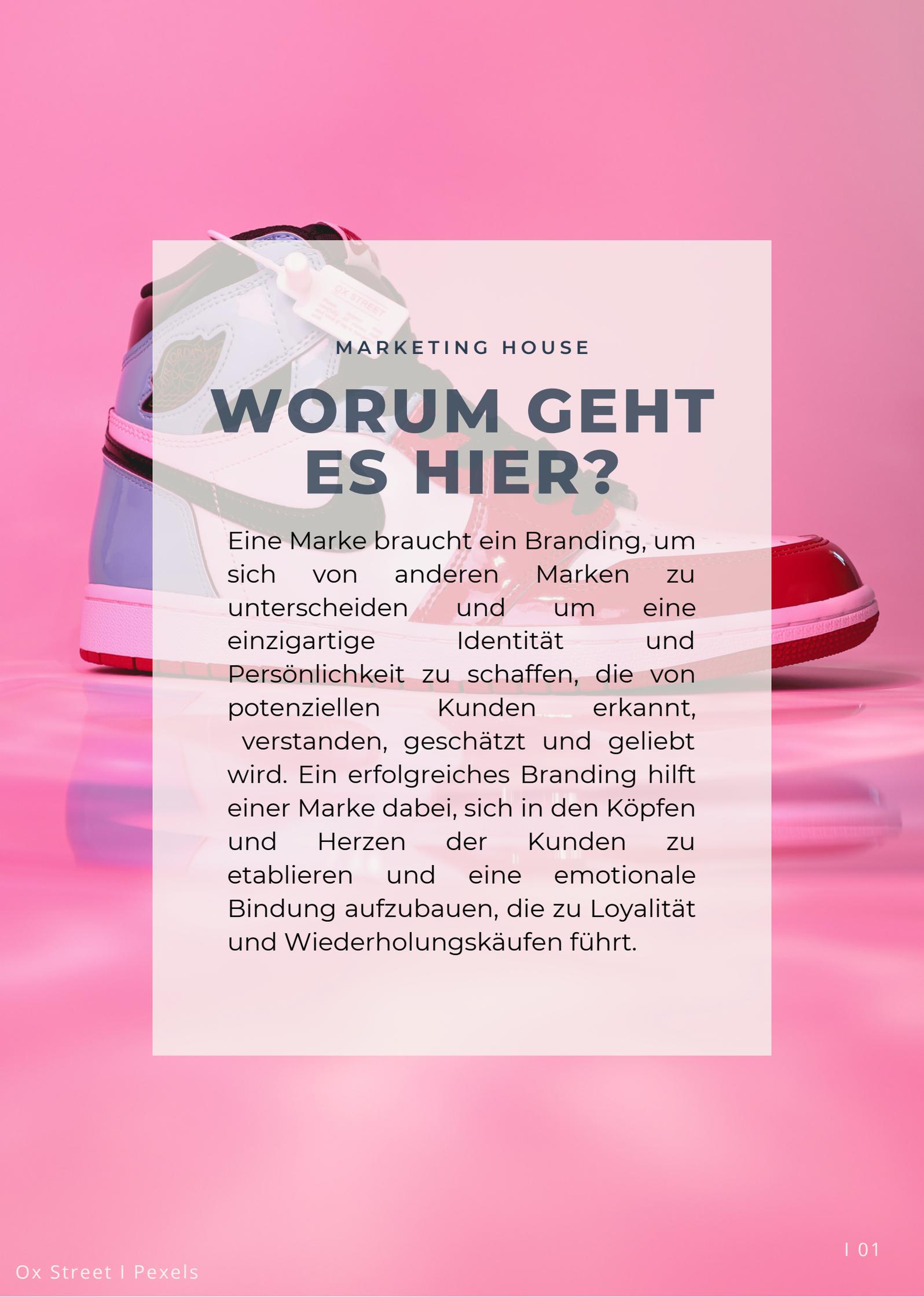
E-BOOK NO. 1

DAS GEHEIMNIS DES **BRANDINGS**

WIESO EINE MARKE ALLEINE
NICHT REICHT

MARKETING HOUSE

YOUR BRAND'S HOME



MARKETING HOUSE

WORUM GEHT ES HIER?

Eine Marke braucht ein Branding, um sich von anderen Marken zu unterscheiden und um eine einzigartige Identität und Persönlichkeit zu schaffen, die von potenziellen Kunden erkannt, verstanden, geschätzt und geliebt wird. Ein erfolgreiches Branding hilft einer Marke dabei, sich in den Köpfen und Herzen der Kunden zu etablieren und eine emotionale Bindung aufzubauen, die zu Loyalität und Wiederholungskäufen führt.

INHALT

KAPITEL

1

WOZU DAS GANZE?

Wieso ist Branding überhaupt wichtig?

KAPITEL

2

VORTEILE DES BRANDING

Welche Vorteile hat Branding für meine Marke bzw. für mein Unternehmen?

KAPITEL

3

ERFOLGREICHE BRANDS

Was unterscheidet erfolgreiche und profitable Marken von anderen Unternehmen?

KAPITEL

4

CHECKLISTE

Auf einem Blick: Was du für dein erfolgreiches Branding brauchst.

KAPITEL 1

WOZU DAS GANZE?

KAPITEL 1

WOZU DAS GANZE?

Durch ein gezieltes Branding kann eine Marke unter anderem ihr Marken-Image erfolgreich aufbauen und pflegen.

Eine starke Marke wird von den Zielgruppen als vertrauenswürdig und glaubwürdig wahrgenommen, was das Vertrauen der Kunden stärkt und durch den Aufbau von Markenloyalität und sich daraus ergebenden Wiederholungskäufen langfristige Beziehungen fördern kann.

Das Branding ist auch wichtig, um die Werte, die Vision und die Mission einer Marke zu vermitteln. Ein klar definiertes Branding hilft dabei, eine konsistente Botschaft zu vermitteln und eine klare Vorstellung davon zu schaffen, wofür die Marke steht und was sie auszeichnet.



MARKETING HOUSE

WAS IST BRANDING?

Branding bezieht sich auf den Prozess der Entwicklung und Gestaltung einer Marke. Es umfasst alle Maßnahmen, die dazu beitragen, das Image einer Marke bei der Zielgruppe zu formen und zu stärken. Ein gut gestaltetes Branding kann dazu beitragen, eine emotionale Bindung zwischen der Marke und ihren Kunden aufzubauen. Es kann auch helfen, die Marke vom Wettbewerb abzugrenzen und eine einzigartige Positionierung im Markt zu etablieren.

KAPITEL 2

VORTEILE DES BRANDING

VORTEILE FÜR MEINE MARKE

01 BEKANNTHEIT UND WIEDERERKENNUNGSWERT

Durch ein stabiles Branding kann das Unternehmen den Wiedererkennungswert seiner Marke(n) steigern. Dies hilft potenziellen Kunden, die Marke von anderen zu unterscheiden und sich besser daran zu erinnern.

Aber wie funktioniert das? Das Branding steigert den Wiedererkennungswert, indem es ein einheitliches und konsistentes Erscheinungsbild schafft. Dieses Image zieht sich durch alle Berührungspunkte des Kunden mit der Marke. Es umfasst in der Regel unter anderem das Logo, die Farben, Schriftarten, die Bildsprache, Tonalität und andere visuelle oder sprachliche Elemente.

Durch die konsequente und kontinuierliche Verwendung dieses Erscheinungsbildes kann die Marke schneller und leichter erkannt werden. Ein einheitliches Branding schafft Authentizität und somit auch Vertrauen bei Kunden, da sie wissen, was sie von der Marke erwarten können. Weiterhin kann ein stabiles Branding auch dazu führen, dass Kunden das Unternehmen mit bestimmten Eigenschaften und Werten in Verbindung bringen. Auch das kann sich vorteilhaft auf die Marke auswirken und ein positives Markenimage in den Köpfen der Kunden etablieren.

VORTEILE FÜR MEINE MARKE

02 MARKENVERTRAUEN UND LOYALITÄT

Ein gutes Branding schafft Vertrauen und Loyalität bei Kunden, die sich mit der Marke identifizieren können. Sie sind nämlich eher bereit, wiederholt bei einem Unternehmen zu kaufen, dem sie vertrauen und das sie schätzen.

Der Aufbau einer starken Markenpositionierung - mithilfe eines einheitlichen, gut durchdachten und konsequenten Brandings - hat auf lange Sicht Einfluss auf das Markenvertrauen. Ein konsistentes Markenbild unterstützt die Glaubwürdigkeit einer Marke, was wiederum die Bildung des Markenvertrauens stärkt.

Das Markenvertrauen und das damit verbundene Vertrauen in die Leistung und Kompetenz einer Marke bewirken einen Einfluss auf die Markenbindung. Daraus resultiert die Loyalität der Kunden der Marke gegenüber. Der Nachfrager nimmt durch das Markenvertrauen ein geringeres Risiko beim Kauf an. Dieses Risiko kann sich unter anderem auf das Image des Kunden beziehen (das Risiko, seinem Image zu schaden), aber auch auf das Preis-Leistungsverhältnis (das Risiko, Geld zu verlieren).

Beispielsweise haben loyale Apple-Kunden das Vertrauen in die Marke, dass sie Ihnen hohe Qualität, innovative Technik, eine einfache und intuitive Bedienung sowie ein ansprechendes und modernes Design bietet.

VORTEILE FÜR MEINE MARKE

03 DIFFERENZIERUNG ZUM WETTBEWERB

Branding unterstützt dabei, eine Marke von anderen Wettbewerbern auf dem Markt zu unterscheiden. Durch die Etablierung einer einzigartigen Markenidentität und Persönlichkeit kann sich eine Marke von seinen Mitbewerbern abheben und seine einzigartigen Vorteile und Eigenschaften hervorheben.

Dies erfolgt unter anderem durch die konsistente Kommunikation der Marke mit den Nachfragern, wodurch ein authentisches Markenimage gebildet werden kann. Das Markenimage unterstützt und transportiert die einzigartige Positionierung der Marke und damit auch die Differenzierung zu anderen Marken.

Durch eine starke Branding-Strategie kann ein Unternehmen seine Positionierung und Markenbotschaft klar definieren und kommunizieren, was dazu beitragen kann, eine Loyalität und Wiedererkennungswert bei den Kunden zu schaffen.

VORTEILE FÜR MEINE MARKE

04 STEIGERUNG DES MARKENWERTS

Eine starke Marke mit einem stabilen Branding kann den Wert eines Unternehmens steigern, da sie Kundenbindung, Kundenloyalität und Wettbewerbsvorteile bietet.

Kundenbindung und Kundenloyalität führen zu Wiederholungskäufen (Sicherstellung von regelmäßigen Umsätzen) und durch die Mundpropaganda der zufriedenen Kunden auch zu Neukunden. Loyalere Kunden sind außerdem oft dazu bereit, höhere Preise für Produkte oder Dienstleistungen zu zahlen, da sie bereits eine positive Erfahrung mit dem Unternehmen gemacht haben und diesem vertrauen.

Ein klares Branding führt im dichten Wettbewerbsumfeld zu einer eindeutigen Differenzierung zu anderen Marken. Der Fokus auf die Differenzierung und die Kommunikation dieser durch das Branding stärken die Wettbewerbsvorteile.

Dies kann weiterhin das Vertrauen von Investoren und anderen Stakeholdern stärken und eine gewisse wirtschaftliche Stabilität gewährleisten.

VORTEILE FÜR MEINE MARKE

ZUM MITNEHMEN:

Insgesamt kann ein starkes Branding dazu beitragen, das Wachstum und die Rentabilität einer Marke oder eines Unternehmens zu steigern, indem es die Bekanntheit, Loyalität und den Wiedererkennungswert fördert, das Vertrauen und die Kundenbindung stärkt und die Marke von anderen auf dem Markt abhebt.

KAPITEL 3

ERFOLREICHE BRANDS

ERFOLGREICHE BRANDS

Was unterscheidet erfolgreiche und profitable Marken von anderen?

Authentische Markenidentität

Erfolgreiche Marken haben eine einzigartige Marken-Identität, die sie von anderen unterscheidet. Sie haben ein unverwechselbares Logo und einen einprägsamen Slogan. Sie wissen woher sie kommen und kennen ihre Wurzeln. Ihre Werte leben sie in ihrem täglichen Arbeiten und sie arbeiten auf ihre gemeinsame Vision hin. Daraus - und aus ihren Kompetenzen - bündeln sie ihre Leistungen für ihre Kunden.

Stabile Positionierung

Die authentische Markenidentität wird von erfolgreichen Marken in ihrer Positionierung gelebt. Hierzu gehört eine klare Abgrenzung zum Wettbewerb - und zwar mit den Bedürfnissen der Nachfrager im Hinterkopf. Die Kernkompetenzen der Marke erlauben es ihr, die Leistung zu erfüllen. Mit einer stabilen Markenpositionierung schaffen es starke Marken, einen klaren und einzigartigen Platz in den Köpfen und Herzen der Nachfrager einzunehmen.

ERFOLGREICHE BRANDS

Zielgruppenrelevanz

Starke Marken kennen ihre Kunden. Sie wissen, was ihre Zielgruppe denkt, braucht, fürchtet oder liebt. Herausforderungen, mit denen die Zielgruppe zu kämpfen hat, Wünsche, die sie hat oder auch Trends, die sie beeinflussen, werden berücksichtigt. Erfolgreiche Marken stellen sicher, dass ihr Angebot für die Zielgruppe interessant und relevant ist und das Branding ansprechend gestaltet ist.

Das Branding

Erfolgreiche Marken haben ein konsistentes Branding. Sie stellen sicher, dass sie in ihrer Kommunikation und in der Art und Weise, wie sie sich präsentieren, konsequent sind. Sie halten an ihrem Markenimage fest und passen es nur langsam und bedacht an. Ihr Handeln, die Tonalität, das Markenerlebnis - alles basiert auf der Markenidentität und vermittelt Authentizität und Vertrauen.

KAPITEL 4

CHECKLISTE

CHECKLISTE

ZIELGRUPPE

Bestimme, wer Deine Zielgruppe ist, welche Bedürfnisse sie hat und welche Probleme sie lösen möchte. Lerne Deine Zielgruppe kennen - hierbei helfen beispielsweise Personas.

MARKENIDENTITÄT

Die Markenidentität ist die Grundlage aller weiteren Aktivitäten. Integriere Deine Markenidentität in allen Marketingmaterialien und -Kanälen, einschließlich der Website, Social-Media-Kanälen, Werbung und Verpackung.

POSITIONIERUNG

Entwickle auf Grundlage Deiner Zielgruppenanalyse und der Markenidentität eine Positionierung, mit der Du Dich vom Wettbewerb abgrenzen kannst. Lege Dein Markenversprechen fest, also das Versprechen, das Du Deinen Kunden gibst und das Deine Positionierung unterstützt. Frage Dich, welchen Nutzen Deine Kunden durch Deine Marke erhalten und wie Du dieses Versprechen vermitteln kannst.

IMAGE PFLEGEN

Regelmäßige Analysen und Kundenfeedback helfen dabei, das aktuelle Markenimage zu erfassen. Diese Informationen sollten genutzt werden, um die Markenstrategie und das Angebot zu optimieren. Achtung: Halte Deine Markenidentität dabei - trotz Optimierungen - über alle Kanäle hinweg konsistent.

ÜBER DEN **AUTOR**

TARA KIA

M. Sc. BWL, Marketing, Markenmanagement und Controlling

Mit meinem markenstrategischen Hintergrund und diversen Marketing-Projekten kann ich auf zahlreiche interessante Learnings zurückblicken. Eines haben sie alle aber gemeinsam: Welche Wirkung das richtige Marketing hat und was man damit alles erreichen kann.

✉ tara.kia@marketing-house.net

🌐 www.marketing-house.net

📷 [marketinghouse.bremen](https://www.instagram.com/marketinghouse.bremen)



“
**Jede
Interaktion - in
jeglicher Form -
ist Branding.**

-
Seth Godin



everydayplus | Getty Images

MARKETING HOUSE

YOUR BRAND'S HOME

