

Markenkompetenz deutscher Unternehmen: Ein düsteres Kapitel – so der Markenreport 2014. Besonders im internationalen Vergleich laufen amerikanische Markenartikler den deutschen den Rang ab.

Dass die Markenkompetenz optimiert werden kann, sieht jeder ein. Die Frage ist nur, wie? Ein Weg ist sicherlich leicht handhabbare Instrumente einzusetzen, die eine effektive und effiziente Markensteuerung erlauben und gleichzeitig beurteilen, wie zielführend die Marke gesteuert wird.

Ein solches Instrument ist das sog. Brand-Cockpit. Wie der Pilot eines Flugzeugs hat man alle wichtigen Parameter anschaulich vor Augen und kann sehen, wie Marketingmaßnahmen wirken, wo nachzusteuern ist, wo man Schub geben oder wegnehmen muss. Und solange kein Autopilot für Marken erfunden ist: Einfach genial – auch weil die Entwicklungskosten durch Effizienzgewinne überkompensiert werden.



Die Abbildung zeigt ein prototypisches Brand-Cockpit (Dashboard) auf der Basis von Office-Produkten (wegen der Nutzerfreundlichkeit), das in ähnlicher Form auch für Ihre Marke entwickelt werden kann. Wann sprechen wir darüber?

Rufen Sie am besten sofort wegen einer Terminvereinbarung an: +49 (0221) 934644-19. Oder senden Sie uns eine E-Mail an: wleven@brand-energizing.de.

Ihre Marke und Ihre Bilanz werden es Ihnen danken.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Wilfried Leven und die gesamte Crew