



Der MarkenKompass oder der Weg zum wesentlichen Unterschied!

Eine Kooperation von

Warum Marke und Markenprozess:

- Steigerung der Bekanntheit
- Marktposition auf- bzw. ausbauen
- Präferenzen bei den Zielgruppen schaffen
- den Nutzen, das Versprechen für die Zielgruppen klar erkennbar machen
- differenzierter Imageaufbau
- Aufbau von Markentreue bzw. Kundenbindung
- Identifikationspotential steigern (nach Innen gerichtet)

Oben genannte Punkte sind als kleiner Auszug von möglichen Zielsetzungen zu verstehen!

Eine Kooperation von

Warum Marke und Markenprozess

Ein Auszug aus einem Statement zum Thema Marke von Dr. Angela Merkel:

„Marken schaffen Vertrauen und signalisieren dem Verbraucher Vertrautheit. Sie ragen damit wie Leuchttürme in der manchmal nur schwer zu überblickenden Konsumwelt hervor. In vielen Produktbereichen haben sich Marken als Marktführer etabliert und setzen Maßstäbe für Produktinnovationen und wirtschaftlichen Fortschritt.“

(Quelle: www.bundestkanzlerin.de im Archiv unter „Leuchttürme in der Konsumwelt“ von Dr. Angela Merkel, Bundeskanzlerin)

Eine Kooperation von

Warum wir?

Frische, neutrale Außensicht bringt mehr
Kreativität, Einzigartigkeit und **Passion**

Innovativ in Methoden und Inhalten und
trotzdem **verständlich**

Internationale & nationale Erfahrung bringt

- anwendbares Benchmarking
- Wissen welche Kommunikationskonzepte auf welchen Märkten funktionieren

Praxisnähe & Umsetzungskompetenz
in Bezug auf alle touristischen Ebenen
(Landestourismusorganisationen, Regionen, Hotels,
tour. Infrastruktur)

Wir haben den **persönlichen Anspruch**, dass Ihr
Markenkonzept gelebt wird.

Gebündelte Kompetenz
von


KOHL & PARTNER
CONSULTING FÜR TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT

und

MARO::PARTNER
WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

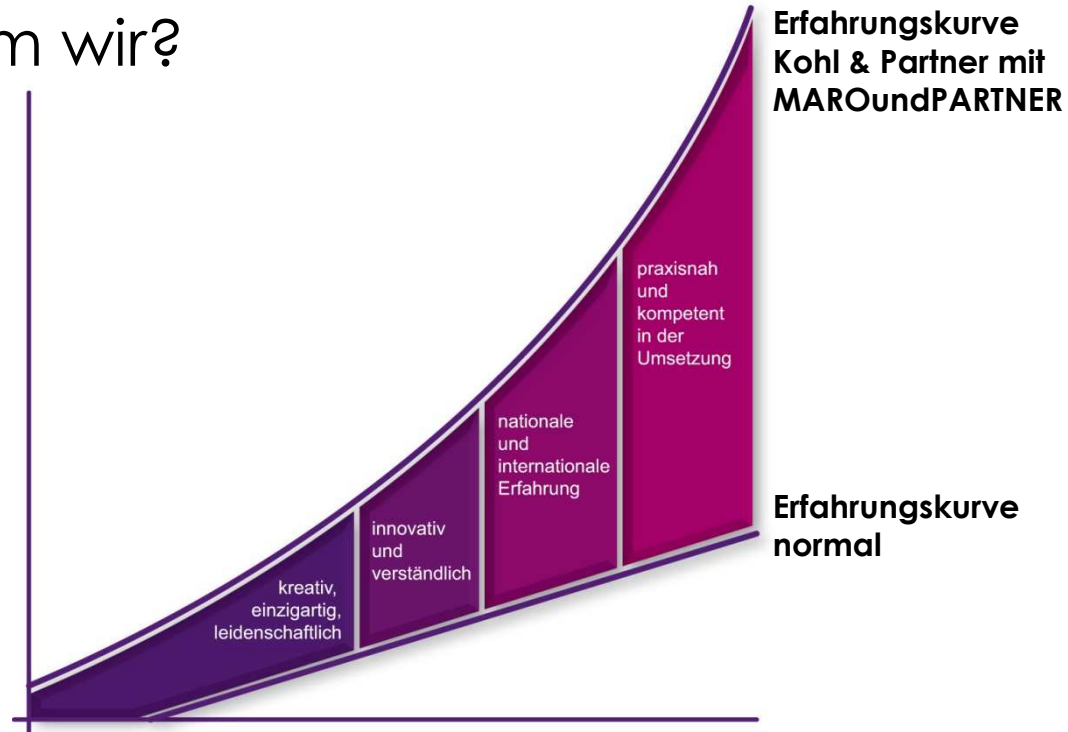
Eine Kooperation von


KOHL & PARTNER
CONSULTING FÜR TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT

und

MARO::PARTNER
WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Warum wir?

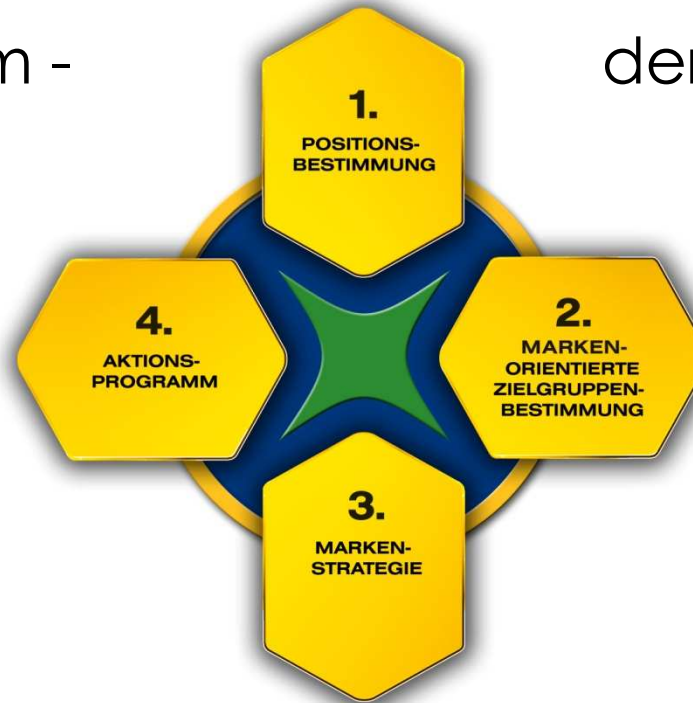


Wir haben den Anspruch, dass Ihr Markenkonzept gelebt wird!

Eine Kooperation von

Unser System -

der MarkenKompass!



Eine Kooperation von

Unser System – der MarkenKompass



Mit dem MarkenKompass hat Kohl&Partner gemeinsam mit MAROundPARTNER einen klar strukturierten Weg hin zur Marke entwickelt, der auf einen offenen und integrativen Prozess basiert.

Nachfolgend präsentieren wir Ihnen mögliche Inhalte zu den 4 Schritten zur Marke, die selbstverständlich auf die jeweiligen Ziele des Auftraggebers abgestimmt werden!

Eine Kooperation von

Positionsbestimmung:

Wo stehen wir?

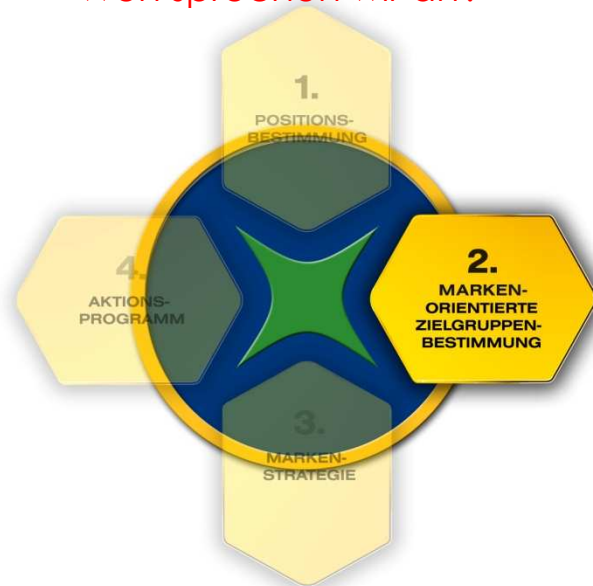


- Fazit zu bestehenden Marktforschungsergebnissen und bestehenden Analysen / Leitlinien / Studien / Konzepten – optional auch Organisation/Durchführung von Marktforschung
- Positionsbestimmung bestehende Zielgruppen
- Status-Quo Bericht zu bestehenden Bildern, Aussagen in der Kommunikation, Abfrage bei Journalisten, Google-Suchanalysen, bestehende Wirtschafts- und Standortmarken u.ä.
- Startworkshop mit der den Prozess begleitenden Steuerungsgruppe
- Abstimmen Projektablauf, Ergebnisse Positionsbestimmung Marke, Planung Marken-Werkstatt

Eine Kooperation von

Markenorientierte Zielgruppenbestimmung

Wen sprechen wir an?

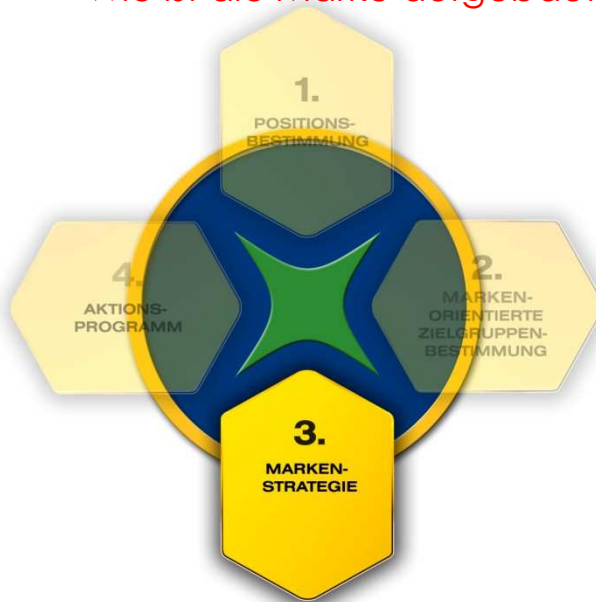


- Analyse der bestehenden Zielgruppen und bestehenden Urlaubsarten und Themen
- Zielgruppenbestimmung nach Motivgruppen anhand des Motivgruppen-Tools „Limbic-Map“ und Überprüfung der Limbic-Types hinsichtlich Affinität zu Urlaubsarten/Themen, Werten und Regionen
- Themen-Matrix
 - zur Bewertung der bestehenden Themenstruktur
 - zur Gewichtung der Zielgruppen
 - zur Bildung von Themencluster
 - zur Reduzierung von Dissonanzen
 - Definition neuer Zielgruppen

Eine Kooperation von

Markenstrategie

Wie ist die Marke aufgebaut?

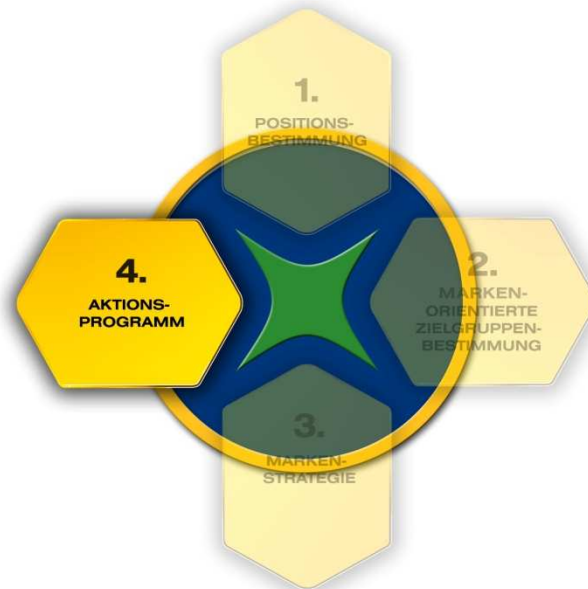


- Marken-Werkstatt mit Großgruppe zur Erhöhung der Akzeptanz der Marken-Strategie
 - Erarbeiten der Grundlagen des MarkenKompass wie Markenkern (mit Werten/Emotionen, Alleinstellungsmerkmalen/Positionierung etc.), Verhältnis der Marken, Markenfamilien, Themenstruktur;
 - in einem offenen, integrativen Prozess
- Expertenrunden
- Redaktionsitzungen zur Marken-Strategie
- Zwischen- und Endabstimmung mit Steuerungsgruppe
- Contracting
- Dokumentation des MarkenKompass im Markenhandbuch
- Schlusspräsentation

Eine Kooperation von

Aktionsprogramm

Was setzen wir um?



- Kommunikation
Analyse der bestehenden Kommunikationskanäle
Grundlagen für einen Maßnahmenplan
Empfehlungen für integrierte Kommunikationskonzepte
- Kooperationen
Empfehlung für markenkonforme und branchenübergreifende Kooperationen
- Produktkriterien
Empfehlung zu beispielhaften Kriterien für marken- und vertriebskonforme Produkte
- Qualität & Innenwirkung
Empfehlung zu möglichen Prozessen zur Bewusstseinsbildung zum Thema Qualität

Eine Kooperation von

Unsere Kontaktdaten für Detailanfragen:

MAROUndPARTNER
Birgit Koller-Hartl
am Knie 8
81241 München

Telefon: 0049 (0)89 54 71 18 31
Fax: 0049 (0)89 54 71 18 10
Mobil: 0049 (0)151 142 780 76

birgit.koller@maropublic.com

Kohl & Partner
Mag. Gernot Memmer
Bahnhofstr. 8
9500 Villach

Telefon: 0043 (0)4242 21123
Fax: 0043 (0)4242 29553

gernot.memmer@kohl.at

Eine Kooperation von