

PRESSEINFORMATION

360° Markenmanagement

MARKETINGDATEN UND MARKENFÜHRUNG – ELEKTRONISCH VON ÜBERALL UND JEDERZEIT

Unsere globalisierte Welt ist geprägt von Schnelligkeit, Kosteneffizienz und Interaktivität. Der Druck auf die Wirtschaft steigt, noch nie haben sich die Wettbewerbsbedingungen so rasant verändert wie heute. Es sind Zeiten, in denen Unternehmen jeden Werbeeuro zwei Mal umdrehen. Dieser Trend und die immer vielfältiger werdenden Möglichkeiten, neue Medienkanäle in die Kommunikation zu integrieren, machen die Aufgaben für das Marketing natürlich auch nicht gerade einfacher. Die Folge sind immer kürzere Kurations- und Produktionszyklen. Zum Anderen nimmt die Bedeutung von Marken immer stärker zu, denn neueste Studien bestätigen, dass Marken bis zu 84% zum Betriebserfolg beitragen. Deshalb kann es sich heute keine Firma – egal, ob groß oder klein – leisten, der Markenführung keine oder nur periphere Aufmerksamkeit zu schenken. Marketingprozesse zu optimieren und effizienter zu gestalten, ist der Wunsch des Managements vieler Unternehmen.

DAS KANN DER MARKENFÜHRUNGSGUIDE[®]

Der MarkenFührungsGuide[®] ist ein neues webbasierendes Tool, das vom Institut für ganzheitliche Markenbewertung DIE MarkenWertExperten entwickelt wurde. Er bietet Marketingverantwortlichen praktisch immer und überall Zugriff auf alle markenrelevanten Informationen und Daten. Damit hilft er nachhaltig, Kommunikations- und Produktionsprozesse schlank und kosteneffizient zu halten. In der Regel besteht ein MarkenFührungsGuide[®] aus drei Grundmodulen: dem Markenschutz-, dem Analysemodul und dem Markendesignmanager. Jede Einheit beinhaltet verschiedene elektronische Werkzeuge, die dort, wo Automatisierung und Digitalisierung Sinn machen, eingesetzt werden. Denn auch im Marketing gilt der Grundsatz: „Man muss nicht jeden Tag alles neu erfinden.“

Zum Beispiel, wenn es darum geht, Registrierungsurkunden von Marken und Slogans für das Unternehmen einfach und unkompliziert zu archivieren und zu verwalten. Eine vorausschauende Kalenderfunktion ist für das Management eine große Hilfe, verantwortungsvoll Fristen für Erneuerungen von Lizenzen oder Nutzungsrechten im Auge zu behalten, denn wer weiß schon immer genau, wann innerhalb von zehn Jahren der Tag „X“ für die Markenschutzverlängerung anbricht. In Zeiten, in denen Markenpiraterie immer stärker um sich greift, ist dies sicher eine nützliche Funktion.

Ein weiteres Feature bei der aktiven Prävention gegen Markenpiraterie ist das MarkenRadar[®]. Es bietet Markeninhabern einen Kurzcheck, der sofort aufzeigt, ob die Einleitung rechtlicher Schritte notwendig erscheint, welche Vorbereitungen zur Dokumentation von Schadensersatzforderungen tatsächlich erforderlich sind, oder wie und wo eine intensive Prüfung der möglichen Verstöße professionell abgewickelt werden sollte.

MARKENSTEUERUNG VON INNOVATIV BIS INTERAKTIV

„Positioning“ heißt das Gebot der Stunde. Das bedeutet: Wie kann man Produkte und Dienstleistungen im Gedächtnis der Kunden so verankern, dass sie leicht abgerufen werden können, um damit positive Kaufentscheidungen zu ermöglichen?

Damit dieses Ziel erreicht werden kann, ist eine innovative Markenführung unumgänglich. Dabei geht es keinesfalls nur um designorientierte Faktoren, wie Markenname, Logo, Verpackung und Werbung – nein, es geht vor allem um die strategischen Komponenten der Marke! Der MarkenführungsGuide[®] bietet daher mit seinen ausgeklügelten Checklisten und Auswertungstools genau jene Instrumente, die Marketingverantwortlichen helfen, ihre Aufgaben kompetent und professionell zu lösen.

Die Drei Module im Profil

DER MARKENDESIGNMANAGER

Eine optimale Markenwahrnehmung hängt wesentlich von einem konstant geformten Markenbild ab, das über die einzelnen Werbemittel visualisiert wird. Durch die exakte Trennung von Inhalt und Design werden in der Web2Print-Lösung die eingepflegten Designrichtlinien der Marke direkt für die Werbemittelgestaltung genutzt. Damit tauschen Unternehmen ihre Bilder und Texte bei einfachen Dokumenten – mittels Datenbankbindung aber auch beispielsweise bei Katalogen oder Preislisten – ohne grafische Vorkenntnisse und generieren so perfekte Vorlagen für den Druck. Das spart Zeit und Geld bei Routinearbeiten. So können Sie mehr davon für kreative und strategische Angelegenheiten nutzen.

MARKENEFFIZIENZMESSUNG – VERSTÄNDLICH STATT AKADEMISCH GELÖST

Am Ende des Tages geht es in jedem Betrieb darum, wie wirtschaftlich eine Marke ist. Man möchte wissen, welchen Beitrag sie nachweislich zum Erfolg der Firma leistet. Genau dafür bietet der MarkenführungsGuide[®] ein wirklich interessantes Instrument für das Markencontrolling. In einem Soll/Ist-Vergleich werden sowohl monetäre als auch immaterielle Werte, die für die Ermittlung des Marken-Return on Investment herangezogen werden, gegenübergestellt.

Der Fragebogenmanager berücksichtigt standardisierte Markenindikatoren, wie Bekanntheit, Käuferloyalität und Händlerloyalität, die laut den anerkannten Markenbewertungsnormen vorgeschrieben sind. Damit werden fundierte Marktforschungsdaten transparent und jederzeit nachvollziehbar verarbeitet. Das Ergebnis vergleicht die immateriellen Wertschöpfungsfaktoren und die daraus resultierenden finanziellen Markenerlöse mit den Aufwendungen für die Marke und visualisiert deren Return on

Investment. Diese aufgeschlüsselte Darstellung des Markenertrages macht deutlich, wo und wie sich die strategischen Maßnahmen auf den Markenerfolg im Betrachtungszeitraum ausgewirkt haben.

MARKENMANAGEMENT FÜR UNTERNEHMEN JEDER GRÖSSE

Unter „360° Markenmanagement“ verstehen die Macher des MarkenFührungsGuide[®] nicht nur, an Anforderungen und Investitionsvolumen von Industriebetrieben zu denken, sondern auch an die Ansprüche kleiner und mittlerer Firmen. Eine modulare Konzeption jedes Unternehmens, je nach Markenaufkommen und Anforderungsprofil seinen ganz persönlichen MarkenFührungsGuide[®] individuell zusammenzustellen. So passen sich Kosten und Leistungen immer direkt an die Vorgaben der jeweiligen Gesellschaft an und ermöglichen Schritt für Schritt die Optimierung der Marketingabläufe.

Informationen zum MarkenFührungsGuide[®] sowie zu Funktionen und Konfigurationen finden Sie auf: www.markenfuehrungsguide.at

BILDVORLAGEN

für die Verwendung in redaktionellen Berichten finden Sie auf:
<http://www.diemarkenwertexperten.at/presse-.html>

Information und Rückfragen:

Dkkfm. Manfred Enzlmüller
Mobil: +43 699 / 111 100 24
E-Mail: enzlmueller@diemarkenwertexperten.at

DIE MarkenWertExperten[®] – Institut für ganzheitliche Markenbewertung OG
Wiener Straße 10, 4300 St. Valentin, Austria
T +43 7435-52 801, F +43 7435-522 304
office@diemarkenwertexperten.at • www.diemarkenwertexperten.at

