

Der MarkenführungsGuide® Top-Tool: So lassen sich Marketing- und Markenführungsdaten schnell und sicher von überall abrufen

360° Brandmanagement: zentral in einem individuellen System

Modulare Konstellation der SaaS-Lösung hilft Brandmanagern in allen Phasen von der Markenentwicklung bis zum Controlling.

St. Valentin. Die globalisierte Welt ist geprägt von Schnelligkeit, Kosteneffizienz und Interaktivität. Noch nie haben sich die Wettbewerbsbedingungen so rasant verändert wie heute. Marken liefern hier einen langfristigen Ansatz zur strategischen Ausrichtung der Unternehmensziele. Neueste Studien bestätigen, dass Marken mit bis zu 84% zum Betriebserfolg beitragen. Deshalb kann es sich heute keine Firma – egal, ob groß oder klein – leisten, die Markenführung zu vernachlässigen: Marketingprozesse zu optimieren und effizienter zu gestalten, ist daher der Wunsch des Managements in vielen Unternehmen.

Markenschutz, -planung, -design und -controlling

Der MarkenführungsGuide® ist ein neues webbasiertes 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 vier Grundmodulen: dem Markenschutz-, dem Markenplanungs-, dem Markendesign- und dem Markencontrolling-Modul. Jede Einheit beinhaltet verschiedene elektronische Werkzeuge für die tägliche Markenarbeit.

Schutzrechte verwalten

Gerade bei Marketing- und Kreativprozessen, wo fast täglich Bild-, Text- oder andere Schutzrechte schlagend werden können, ist eine einfache, komfortable Verwaltung von Schutzrechten das A und O, um sich vor Schaden zu bewahren.

Mit dem Markenschutztool können sehr einfach Registrierungs-urkunden und/oder Vereinbarungen über Nutzungsrechte von Marken, Patenten und Gebrauchsmustern hinterlegt werden. Mit nur einem Klick verschafft man sich rasch einen Überblick über deren Anmelde- oder Schutzstatus. Aber noch viel früher stellt sich die Frage nach der Schutzfähigkeit von Wortkreationen und Logodesigns.



Der MarkenführungsGuide®: Ein Web-System zur Zusammenführung markenrelevanter Daten, entwickelt vom Institut für ganzheitliche Markenbewertung.

Mit Markennamen- und Logocheck erspart man sich peinliche Überraschungen schon vor der Markenmeldung; denn was nützt etwa die beste Slogankreation, wenn sie markenrechtlich wenig Chancen auf eine Registrierung hat? Daher bietet gerade auch dieses Tool Agenturen, Grafikern, Produktdesignern und Textern einen maßgeblichen Nutzen für die Beratung ihrer Auftraggeber.

Das MarkenRadar® unterstützt Markeninhaber bei der aktiven Prävention gegen Markenpiraterie und zeigt, ob rechtliche Schritte notwendig erscheinen, wie die Dokumentation erfolgen beziehungsweise wo eine intensive Prüfung der möglichen Verstöße professionell abgewickelt werden kann.

Strategischer Markenplan

Damit Strategie und Aufgabenplan auch unter wachsendem

Druck kompetent und professionell gelöst werden können, führt der MarkenführungsGuide® die bereichsübergreifenden Planungs- und Umsetzungsschritte komfortabel in einem ganzheitlichen Marketingplan zusammen. Eine am Maßnahmenplan gekoppelte Budgetkontrolle sorgt für Kostentransparenz in Echtzeit.

Die zentrale Brandmanagement-Leitstelle bietet zudem mit Positionierungskompass, Strategienavigator und Wettbewerbsanalyse einfache anwendbare Werkzeuge für die nachhaltige Steuerung strategischer Markenentscheidungen.

DAM und Web2Print

Die zentrale Verwaltung von Bild- oder Textdaten ermöglicht der MarkenführungsGuide® durch das vielseitige Digital Asset Managementsystem (DAM).

Die Anpassung von Prozessen und Zugriffsrechten ist beim Setup – angepasst an die speziellen Bedürfnisse eines jeden Unternehmens – möglich.

Mit der Web2Print-Lösung tauschen Unternehmen ihre Bilder und Texte bei Dokumenten und Printdaten ohne grafische Vorkenntnisse perfekt für den Druck. Das spart Zeit und Geld bei Routinearbeiten, etwa bei Printmedien mit gleichbleibendem Aufbau.

Marken-Controlling

Für die Erfolgsmessung berücksichtigt das MarkenControlling-Modul des MarkenführungsGuide® Hardfacts, wie Markenumsatz, -kosten, und -gewinn, aber auch sogenannte Markenindikatoren, wie Bekanntheit, Händler- und Kundenloyalität.

Für die Ermittlung der Soft Facts hilft der Fragebogenmana-

ger bei der Vorbereitung strukturierter Fragebögen. Das Tool für die Berechnung des Marken-ROI stellt im Ergebnis die immaterielle Wertschöpfung der Marke und die daraus resultierenden finanziellen Erlöse einander gegenüber. Diese separat aufgeschlüsselte Darstellung des Markenertrags macht deutlich, wo und wie sich strategische Maßnahmen auf den Markenerfolg im Betrachtungszeitraum ausgewirkt haben.

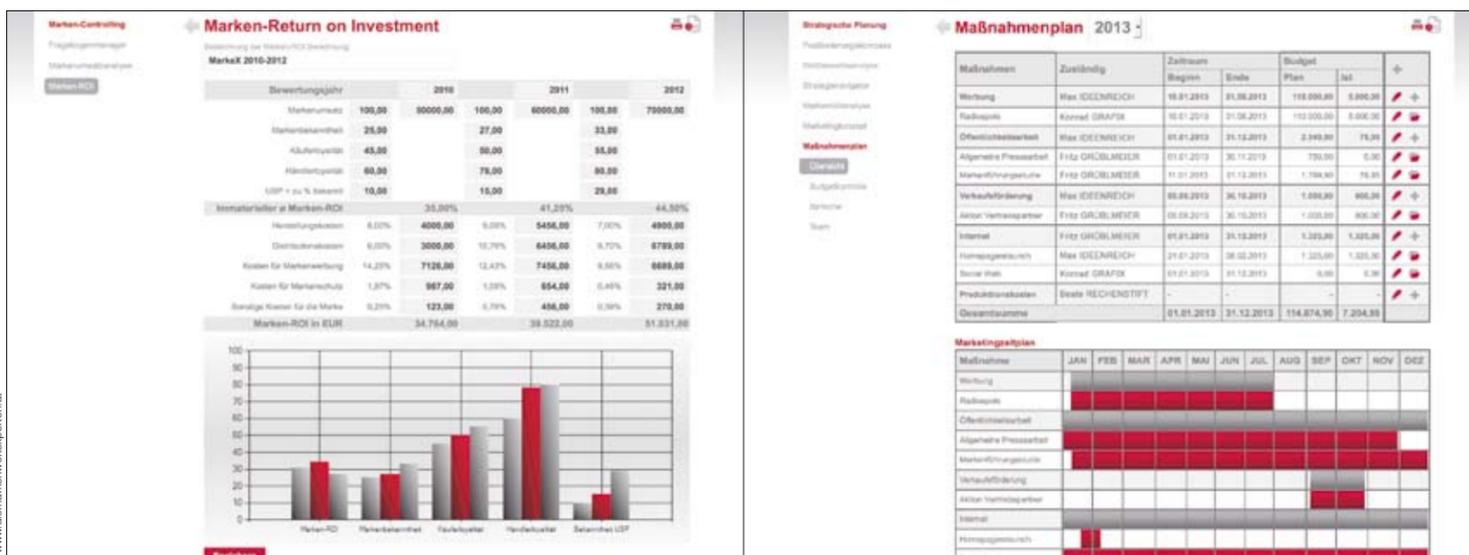
ZUR SOFTWARE

Skalierbares System Die modulare Konzeption wird nicht nur den Anforderungen von Großbetrieben gerecht, sondern auch den Ansprüchen kleiner und mittlerer Unternehmen. Das Baukastensystem ermöglicht es, dass sich jedes Unternehmen seinen persönlichen MarkenführungsGuide® individuell zusammenstellen und gegebenenfalls später beliebig erweitern kann.

Auszug aus der Funktionsübersicht:

- Verwaltung von Schutzrechten und Nutzungs- bzw. Lizenzverträgen
- Erinnerungsfunktion für Erneuerungsfristen
- Markenfähigkeitsprüfung
- Rechteüberwachung mit MarkenRadar®
- Marken-Positionierungskompass
- Wettbewerbsanalyse
- Strategienavigator®
- Markenbildanalyse
- Marketingkonzept-Tool
- Markenplaner mit Maßnahmenplanung, Projektschritten, Aufgaben und Budgetplan
- Media-Assetmanagement mit Lightbox- und Konvertierungsfunktion für Datenweitergabe oder Bereitstellung
- Web2Print-System mit Freigabe- und Bestellroutinen
- Fragebogenmanager
- Markenumsatz- und Marken-ROI-Analyse

Weitere Informationen:
www.markenfuhrungsguide.at



Die Einrichtung eines Marken-Erfolgskontrollsystems begleiten DIE MarkenWertExperten von der Bedarfsanalyse über die Prozessoptimierung bis hin zur Schulung.

Zentrale Terminisierung, Budgetierung und Kostenüberwachung für Marketingmaßnahmen und Aufgaben vereint das webbasierte System im Markenplanungstool.