

Identitätsorientierter Marketing-Mix

... ist die Erweiterung der ursprünglich definierten 4 P (Product, Pricing, Placement, Promotion)

- um die 3 weiteren P: Processes, Personnel, Physical facilities sowie
- um den ausdefinierten Kern des Unternehmens – die Markenidentität.



Den Kern des „Identitätsorientierten Marketing-Mixes“ bildet die Markenidentität. Sie klärt, wer, was und wie die Marke ist sowie deren visuelle Grundlinie.

Von dieser ausdefinierten Identität ausgehend, werden alle P des „Identitätsorientierten Marketing-Mixes“ bearbeitet. Durch die konsequente Umsetzung abgestimmter, gleich „klingender“ Marketingelemente, wird eine enorme Außenwirkung erzielt.

1. Markenidentität definieren/schärfen

	Schritte	Definition
Kompetenz	<p>Wer sind wir?</p> <p>Wofür stehen wir?</p> <p>Was leitet uns?</p> <p>Was unterscheidet uns von anderen?</p> <p>Welche Rolle am Markt möchten wir einnehmen?</p> <p>Wo liegen unsere Stärken und Besonderheiten?</p>	
Benefit	<p>Was leisten wir – und was ist das Besondere daran?</p> <p>Welchen Nutzen stiften wir damit?</p> <p>Wen sprechen wir an/wer sind unsere Zielgruppen?</p>	
Tonalität	<p>Wie möchten wir das nach außen sichtbar machen?</p> <p>Wie soll es „klingen“? Welche „Atmosphäre“ wollen wir schaffen?</p> <p>Welche Charakteristika beschreiben uns am besten?</p> <p>Welche Geschichte erzählen wir über uns?</p>	
Markenbild	<p>Welche Farben, Formen, Symbole repräsentieren unsere Marke?</p> <p>Welche Typo/Schriftart?</p> <p>Welche Designelemente?</p> <p>Welche Basisformulierungen/Wording?</p> <p>Welches Verhalten?</p> <p>→ CI-Standards definieren</p>	

2. Ziele definieren

Vision + Mission	<p>Welchen Traum verfolgen wir?</p> <p>Was möchten wir nachhaltig verändern und erreichen?</p> <p>Wofür brennt unser Herz?</p> <p>Was ist unser Auftrag/unsere Mission?</p>	
Strategische Ziele	<p>Was möchten wir auf den einzelnen Marketingmix-Ebenen – mittel- bis langfristig (so in 5 Jahren) – erreicht haben?</p>	
Operative Ziele	<p>Was möchten wir auf den einzelnen Marketingmix-Ebenen – kurzfristig – binnen 1 Jahr erreicht haben?</p>	

3. Umsetzung auf den Marketingmix-Ebenen

	Zu klärende Fragen	Antworten
Product	<p>Wie können wir unsere Produkte/Leistungen markenkonform aufbauen und weiterentwickeln?</p> <p>Welche Zusatzleistungen verstärken unsere Markenwirkung nach außen?</p> <p>Wie können wir Produkte/Leistungen sinnvoll und speziell kombinieren?</p>	
Pricing	<p>Welche Preise und Konditionen unterstützen unsere Markenphilosophie?</p> <p>Wie können wir unseren zusätzlichen Service kostenmäßig „verpacken“?</p> <p>Welche speziellen Konditionen können wir anbieten?</p>	
Placement	<p>Welcher Standort repräsentiert uns/das Unternehmen insgesamt am besten?</p> <p>Welche Vertriebswege und -partner nutzen wir, um die Marke authentisch zum Kunden zu bringen?</p>	
Promotion	<p>Welche Kommunikationskanäle und -medien transportieren unsere Botschaften am wirkungsvollsten?</p> <p>Wie können wir die Kommunikationsmaßnahmen miteinander verknüpfen, um bei den Kunden anzukommen?</p> <p>Wie formulieren wir unsere Botschaften authentisch und wirkungsvoll – ausgerichtet auf die jeweilige Zielgruppe?</p> <p>Wie können wir dazu die CI-Elemente wirkungsvoll einsetzen?</p>	

	Zu klärende Fragen	Antworten
Personnel	<p>Wie kommen wir zu den richtigen MitarbeiterInnen, die Botschafter unserer Marke – Philosophie, Werte, ... – sein können und wollen?</p> <p>Wie setzen wir sie ihren Stärken entsprechend ein?</p> <p>Wie qualifizieren wir uns und unsere MitarbeiterInnen gezielt weiter?</p> <p>Wie gehen wir miteinander um?</p>	
Processes	<p>Wie können wir unsere Prozesse und Abläufe (Produktentwicklung, Verkauf, Projekte, ...) aufbauen, um unsere Philosophie und Werte erlebbar/spürbar zu machen – innerhalb des Unternehmens und nach außen?</p> <p>Welche Markenelemente können wir dabei verstärkend einbauen?</p>	
Physical Facilities	<p>Wie können wir unsere Räume gestalten, um die Marke sicht- und spürbar zu machen – für KundInnen und MitarbeiterInnen?</p> <p>Welche technische Ausstattung unterstützt uns am besten, um die Leistung optimal erbringen zu können?</p>	