

Check zur Verankerung von Marke und Unternehmensstrategie

Marken-Precheck:

- Verfügt die Marke über eine klare Identität?
- Sind klar definierte Markenwerte vorhanden?
- Verfügt die Marke über eine klare Positionierung?
- Ist die Positionierung differenzierend vom Wettbewerb?
- Ist die Positionierung relevant für die Kunden (Anspruchsgruppen)?
- Besteht eine Kohärenz zwischen Markenwerten und Mission, Vision, Unternehmenskultur und Unternehmenswerten?

Marke und Entscheidungen:

- Sind die Markenstrategie und die Unternehmensstrategie miteinander verknüpft?
- Dient die Marke als Leitplanke für wichtige strategische Entscheidungen?
- Erfolgt eine regelmäßige Adjustierung von Marken- und Unternehmensstrategie?

Marke und Prozesse:

- Wird die Marke in Prozessen und Abläufen im Unternehmen genutzt und berücksichtigt?
- Wird die Marke explizit abgebildet in Prozessen, Modellen und Abläufen?
- Ist die Marke Bestandteil des internen Trainings?

Marke und Menschen bzw. tägliches Handeln:

- Kennen die Mitarbeiter die wesentlichen Markeninhalte (Markenwerte und -positionierung)?
- Handeln die Mitarbeiter im Sinne der Markenwerte?
- Wird die Marke auf den unterschiedlichsten Hierarchieebenen im Unternehmen eingesetzt?
- Wird die Marke in der Forschung & Entwicklung genutzt?
- Wird die Marke beim Design berücksichtigt?
- Wird die Marke beim Einkauf und in der Produktion berücksichtigt?
- Wird die Marke im Vertrieb genutzt und gezielt eingesetzt?
- Werden Preisentscheidungen und Preisaktionen auf Basis der Marke gefällt?
- Werden Einstellungen entsprechend Employer-Branding-Kriterien gehandhabt?
- Wird die Unternehmens- und Marktkommunikation vollständig formal und inhaltlich an der Marke ausgerichtet?
- Handelt der Service / die Kundenbetreuung im Sinne der Marke?