

Brückenschlag



Menschen, die andere überzeugen, können Brücken schlagen. Brücken, um Ufer zu überwinden und andere von ihrer Meinung zu überzeugen, sie mit ins Boot zu nehmen und zu Fans und Jüngern zu machen. Starke Marken können dies auch. Um solche Brücken zu schlagen, bedarf es bei jeder Marke eines Reason for Beings, etwas, was die Marke antreibt. Es bedarf aber auch einer Vision, was man in zehn bis 15 Jahren erreichen will. Und natürlich bedarf es einer Haltung, die sich in klaren Markenwerten ausdrückt und zum Ausdruck bringt, warum die Marke so attraktiv für ihre Zielkunden ist.

Dies ist die strategische Basis oder das normative Gerüst der Marke. Manchen Marken fehlt ein kohärentes und zukunftsgerichtetes normatives Gerüst, das die Stärken der Marke zum Ausdruck bringt. Alle erfolgreichen Marken haben hingegen diese klare Haltung.

Und: Sie bringen sie zum Ausdruck. Sie schaffen Protagonisten im Unternehmen, die im Sinne der Marke denken, fühlen und handeln und sie schaffen ein kohärentes Markenerleben an allen Kontaktpunkten mit ihren Kunden, um diese zu begeistern und ihr Markenversprechen einzulösen.

Davon handeln diese MARKEN.Insights. Es geht um die Schaffung einer soliden strategischen Basis und darum, wie man diese konsequent umsetzen kann. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und die eine oder andere gute Idee für Ihre tägliche Arbeit.

Auf bald und herzliche Grüße

Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch

★ ★ ★
BESTE BERATER 2017

ESCH. unter den TOP
Unternehmensberatungen für
Marketing & Pricing
Ranking von brand eins & statista