

Quick – Takeaways

Raster zur Prüfung: „Überblickt Ihr Kunde noch Ihr Angebot – die Produkte, die unter einer Marke geführt werden?“

Checkliste zur Überprüfung der Fragestellung: „Überblickt Ihr Kunde noch Ihr Angebot?“		
Wahrung der Selbstständigkeit einer Marke (Integration)		
Wird der Markenkern der Dachmarke über die Produkte und Produktlinien hinweg durch die Markenkampagne kontinuierlich fokussiert?		
Existieren gemeinsame formale und inhaltliche Klammern der Markenkommunikation?		
Ist die Wiedererkennbarkeit der Marke sichergestellt?		
Besteht eine ausreichende Passung zwischen der Marke und den Produkten, welche unter dieser geführt werden?		
Stützt die Markenkommunikation das Markenbild der Dachmarke?		
Differenzierung der Angebote einer Marke voneinander		
Gibt es unterschiedliche Verwendungssituationen bzw. Nutzungsvarianten der Produkte?		
Verkörpern die Produkte unterschiedliche Nutzen bzw. werden unterschiedliche Bedürfnisse angesprochen?		
Werden die möglichen Kannibalisierungseffekte kontrolliert?		
Schaffung von Mental Convenience (Einfachheit und Nachvollziehbarkeit)		
Erschließt sich die angebotene Produktlinie dem Konsumenten leicht und ohne gedankliche Anstrengung?		
Ist die Produktlinie noch für den Kunden überschaubar?		
Sind die Benennungen und Bilder auf den Produkten eindeutig und voneinander trennscharf?		