

## Markenführungs-Checkliste in Ihrem Unternehmen

Sind Sie sicher ...

1. Dass in Ihrer Belegschaft unter Markenführung mehr verstanden wird als Logogestaltung und Kommunikation zur Schaffung von Bekanntheit?
2. Ob Ihre Marke im Ansehen steigt oder fällt?
3. Wie attraktiv Ihre Marke im Wettbewerbsvergleich ist?
4. Was Ihre Marke einzigartig macht? Und ist diese Einzigartigkeit auch relevant?
5. Was die drei wichtigsten Kriterien Ihrer Zielgruppe(n) bei der Markenwahl sind?
6. Was Ihre Marke von den wichtigsten Wettbewerbern aus Kundensicht unterscheidet?
7. Dass Sie in maximal vier Wörtern sagen können, wofür Ihre Marke steht?
8. Welche Positionierung Ihre wichtigsten Wettbewerber haben?
9. Welchen ultimativen Nutzen ein Kunde mit Ihrer Marke erwirbt?
10. Ob die Mitarbeiter Ihr Markenversprechen klar artikulieren können?
11. Dass Ihr Markenversprechen an allen Berührungspunkten tagtäglich erfahrbar ist?
12. Dass Sie Ihre Marke strategisch führen und in diesem Sinne auch Grenzen aufzeigen?
13. Dass Sie Ihrer Marke messbare Ziele vorgeben?

Auswertung

- 13 mal ja:** Perfekt, Sie haben Ihre Marke wirklich gut im Griff!
- 10-12-mal ja:** Sie nutzen das Potential, aber es ist noch mehr drin!
- 9 und weniger:** Sie sollten sich auf Marken-Schatzsuche machen – gute Aussichten auf Erfolg samt höherer Rendite!

Möchten Sie gerne wissen, warum diese 13 Punkte so wichtig sind? Melden Sie sich gerne!

Dr. Christine Wichert  
Logibrand GmbH  
Tel. +41-71-7401173  
[wichert@logibrand.com](mailto:wichert@logibrand.com)  
[www.logibrand.com](http://www.logibrand.com)

Aktuelle Seminare zum Thema und Buchempfehlung

- Seminar: Optimale Markenpositionierung am 14. November 2008 in Köln, Deutschland
- Information unter [www.logibrand.com/markenseminare.php](http://www.logibrand.com/markenseminare.php)
- Anmeldung unter [markenwissen@logibrand.com](mailto:markenwissen@logibrand.com)
- Fachbuch „Die Logik der Marke“. erschienen im Gabler Verlag 2005