

#verysery

# Marken entstehen im Kopf und berühren das Herz.

Brand  
strategy



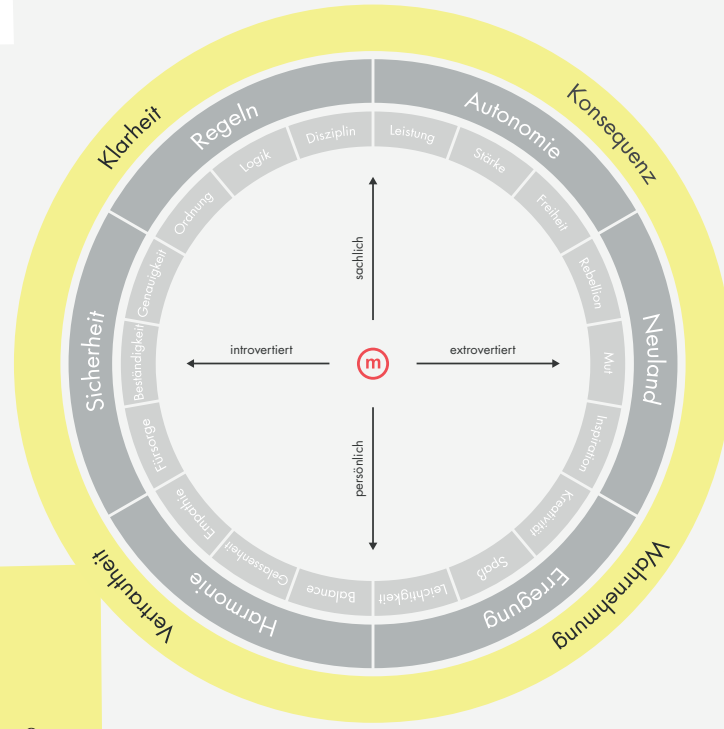
# BRAND BUILDING EMOTIONS PROZESS



„Am Anfang steht immer das Wissen um die Identität, um Klarheit und um den Beziehungspunkt zum Menschen.“

## #1 Markencode

Marken sind Vorstellungen, die jede/r für sich in ihrem/seinem eigenen Kontext bewertet, wählt, testet, kauft und empfiehlt. Stimmt das eigene Erfahrungsspektrum der Marke mit dem Markenbild zusammen, so entsteht ein Match.



Welche Emotion kennzeichnet unsere Marke?  
 Wie tickt unsere Marke?  
 Wie ticken unsere Kund\*innen?  
 Wo liegen die Bedürfnisse unserer Kund\*innen heute?  
 Mit welchen Kund\*innen können wir ein gutes Beziehungs-Match aufbauen?

## #2 Markenidentitätsanalyse

Dieses Match hat immer einen Beziehungspunkt und dieser Beziehungspunkt gehört evaluiert und in Werte aufgeladen



Was ist die Existenzgrundlage der Marke?  
 Worin liegt die Bedeutung der Marke?  
 Wo stiftet sie Nutzen für die Menschen?  
 Welche Values haben die Kraft der Verwurzelung?  
 Welche tragen das Potential heute und morgen?  
 Welche vermitteln Zukunftsstärke?

## #3 Markenresilienz

Marken stehen in direkter Beziehung zu Gesellschaft und Wirtschaft. Alle Beziehungspunkte der Marke zu den Menschen und den Systemen stärken oder schwächen die Marken in ihrer Resilienz.



Bleiben wir als Marke sichtbar auch in herausfordernden Zeiten?  
 Nutzen wir die ehrlichen Emotionen unserer Marke?  
 Schaffen wir für unsere Kund\*innen emotionale Momente?

Die Marke als **Vertrauensanker**. Arbeiten wir zusammen.

Lernen Sie uns besser **scannen ...**



**Österreichs älteste Werbeagentur gibt Brand-Insights**

KommR. Mag.ª Angelika Sery-Froschauer  
 CEO Sery Brand Communications  
 sery.froschauer@sery.com  
 +43 676 84110722