

#verysery

Marken entstehen im Kopf und berühren das Herz.

Brand
strategy

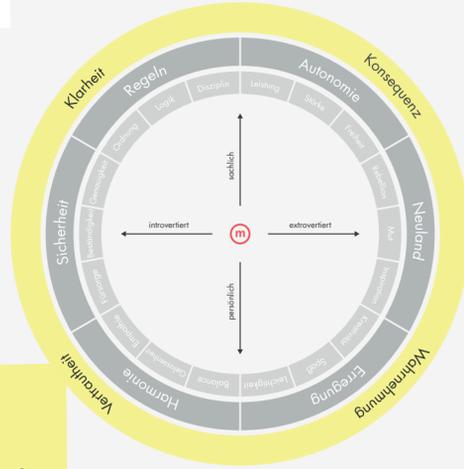
BRAND BUILDING EMOTIONS PROZESS



„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