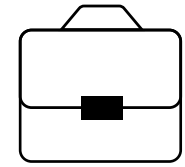


Markenstrategie Canvas



Beschreiben Sie, was Sie tun und warum das von Bedeutung ist!		Erstellt für:		Erstellt von:	
MARKENESSENZ Was ist der Grund, warum Ihre Marke auf dieser Welt existiert? Wofür schlägt ihr Herz? Die Markenessenz komprimiert alles was Sie tun in einem einfachen, mitreissenden Satz.	VISION Wie sieht die Welt aus, die Sie anstreben? Warum macht das Sinn, was Sie tun? Sinn für Sie, ihre Mitarbeitenden, Kunden und die Gesellschaft?	PRODUKTE & SERVICES Was bieten Sie an?	VISUELLE IDENTITÄT Wie tritt Ihre Marke auf? Logo, Farbpalette, Schriftarten, Layout, Gestaltungsprinzip, Fotografien, Illustrationen	TECHNOLOGIE Welche Hard- oder Software kann Sie bei der Interaktion mit Ihrer Zielgruppe unterstützen?	MENSCHEN & VERHALTEN Welche Geschichte repräsentiert Ihr Unternehmen? Wie verhalten sich die Personen in Ihrem Unternehmen und was sagen sie? Welche Fähigkeiten haben Mitarbeitende, die Teil Ihrer Marke sind?
				KOMMUNIKATION & KANÄLE Wie möchten Sie kommunizieren? Welche Kanäle sind sinnvoll?	ORTE & VERANSTALTUNGEN Wo sind Sie geographisch verortet? Welche Veranstaltungen könnten Sie entwickeln? An welchen könnten Sie teilnehmen und welche unterstützen?
WERTE Was ist Ihnen wichtig? Die persönlichen, kulturellen und unternehmerischen Grundsätze, die Ihr Verhalten leiten.	MISSION Was möchten Sie erreichen? Für wen und mit welchen Mitteln wollen Sie das tun? Warum vertrauen Ihnen Ihre Kunden?	MARKENVERSPRECHEN Was versprechen Sie ihrem Publikum zu liefern?	VERBALE IDENTITÄT Mit welcher Sprache spricht Ihre Marke? Name, Tonalität, Schreib- und Sprachstil	PARTNERSCHAFTEN & KOOPERATIONEN Wer sind Ihre Gleichgesinnten? Mit wem teilen Sie Werte, Zielgruppen oder Dienstleistungen?	