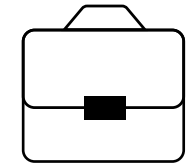


# Markenstrategie Canvas



Beschreiben Sie, was Sie tun und warum das von Bedeutung ist!		Erstellt für:		Erstellt von:	
<b>MARKENESSENZ</b> 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.	<b>VISION</b> Wie sieht die Welt aus, die Sie anstreben? Warum macht das Sinn, was Sie tun? Sinn für Sie, ihre Mitarbeitenden, Kunden und die Gesellschaft?	<b>PRODUKTE &amp; SERVICES</b> Was bieten Sie an?	<b>VISUELLE IDENTITÄT</b> Wie tritt Ihre Marke auf? Logo, Farbpalette, Schriftarten, Layout, Gestaltungsprinzip, Fotografien, Illustrationen	<b>TECHNOLOGIE</b> Welche Hard- oder Software kann Sie bei der Interaktion mit Ihrer Zielgruppe unterstützen?	<b>MENSCHEN &amp; VERHALTEN</b> 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?
				<b>KOMMUNIKATION &amp; KANÄLE</b> Wie möchten Sie kommunizieren? Welche Kanäle sind sinnvoll?	<b>ORTE &amp; VERANSTALTUNGEN</b> Wo sind Sie geographisch verortet? Welche Veranstaltungen könnten Sie entwickeln? An welchen könnten Sie teilnehmen und welche unterstützen?
<b>WERTE</b> Was ist Ihnen wichtig? Die persönlichen, kulturellen und unternehmerischen Grundsätze, die Ihr Verhalten leiten.	<b>MISSION</b> Was möchten Sie erreichen? Für wen und mit welchen Mitteln wollen Sie das tun? Warum vertrauen Ihnen Ihre Kunden?	<b>MARKENVERSPRECHEN</b> Was versprechen Sie ihrem Publikum zu liefern?	<b>VERBALE IDENTITÄT</b> Mit welcher Sprache spricht Ihre Marke? Name, Tonalität, Schreib- und Sprachstil	<b>PARTNERSCHAFTEN &amp; KOOPERATIONEN</b> Wer sind Ihre Gleichgesinnten? Mit wem teilen Sie Werte, Zielgruppen oder Dienstleistungen?	