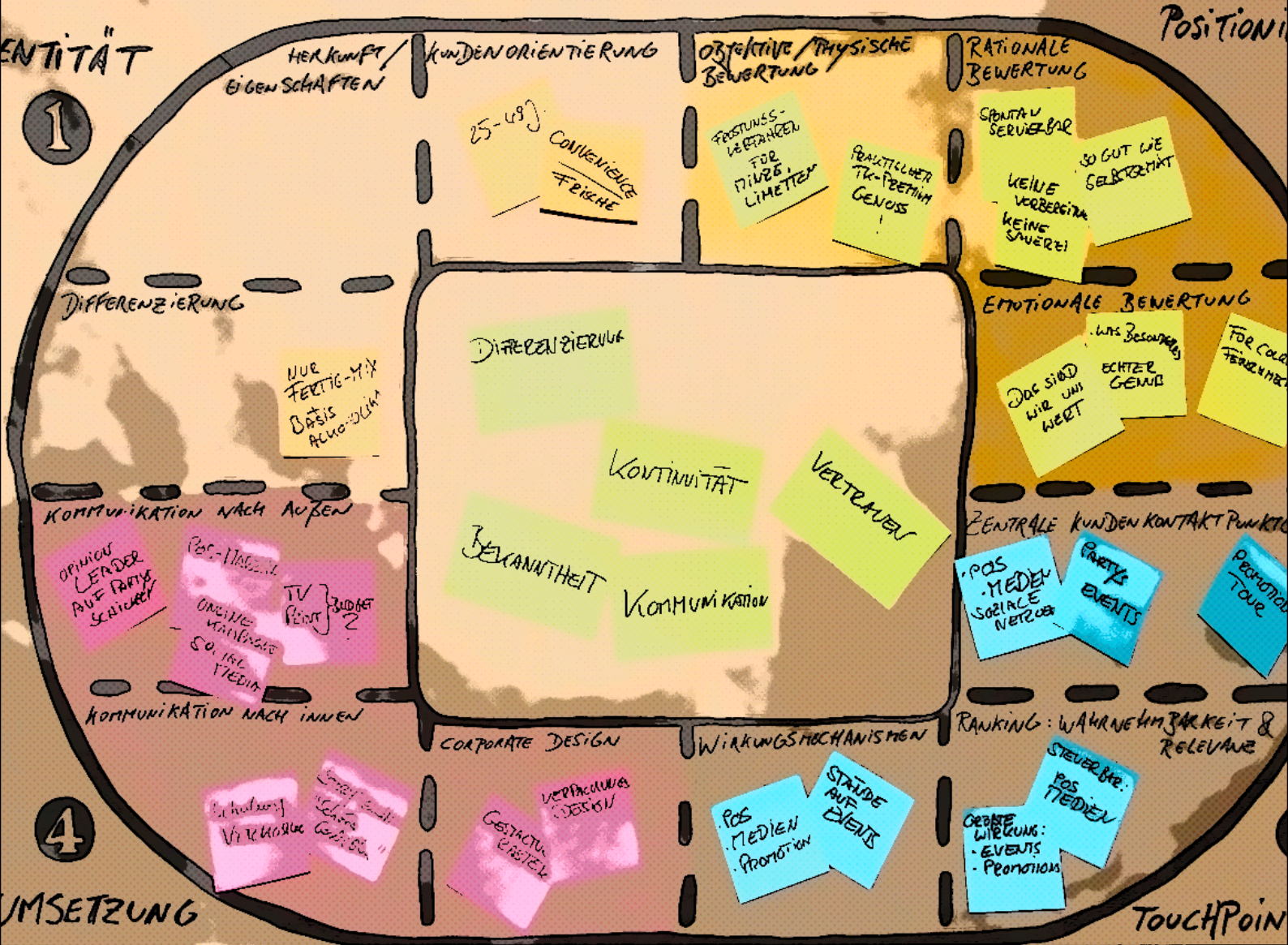


Soulbranding



Marken Canvas

Whitepaper und Vorgehensmodell



Der Soulbrands Vermarktungsansatz

Im digitalen Zeitalter müssen Innovations- und Vermarktungsstrategien Hand in Hand gehen. Die Wahl der richtigen Geschäftsmodelle, die Positionierung und Kommunikationsstrategie entscheiden, wie schnell und nachhaltig sich Innovationen im Markt durchsetzen. Gerade bei neuen digitalen Services gilt es in der Kundenwahrnehmung von Anfang an sichtbar und relevant zu sein. Diese Sichtbarkeit und Relevanz bei den anvisierten Zielgruppen sind Ergebnis eines zielgerichteten Prozesses, der frühzeitig angestoßen werden muss. Vor allem Start-ups sind häufig zu stark auf die technische Lösung fokussiert. Das Kapital wird vornehmlich auf die Entwicklung konzentriert. Über den Erfolg entscheiden am Ende jedoch oft Bekanntheitsgrad und der wahrgenommene Kundennutzen - sowohl im B2C als auch im B2B Bereich.

Eine konsequente Vermarktungsstrategie baut starke Markenimages auf, gewinnt Kunden über stimmige Leistungsversprechen und kann Wettbewerbsbarrieren schaffen. Es gibt also viele Gründe früh in die Vermarktung zu investieren.

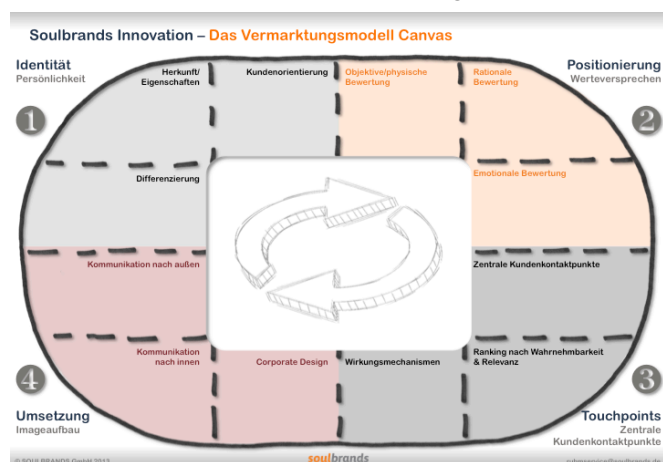
Hierzu hat die Strategieagentur Soulbrands einen Ansatz entwickelt, der aufbauend auf dem definierten Geschäftsmodell eine frühe Weichenstellung in Richtung Vermarktung erlaubt.

Das Soulbrands Marken Canvas

Das Soulbrands Marken Canvas wurde als kollaboratives Tool zur Erarbeitung der notwendigen Markenbausteine entwickelt. Basis ist eine Kombination aus Workshop und Expertenwissen. Das Marken Canvas ist eine Weiterentwicklung der Geschäftsmodell-Systematik von Osterwalder & Pigneur.

In 4 Schritten mit je 3 Unterkategorien fließen alle Aspekte der Markenbildung zusammen.

- Der erste Schritt beschäftigt sich mit der **Identität**, der Persönlichkeit der Marke. Ziel ist ein trennscharfes Profil im Markt zu platzieren - basierend auf Kernkompetenzen, Unternehmenswerten und zentralem Kundennutzen. Die Identität ist Grundvoraussetzung, um sich wahrnehmbar vom Wettbewerb zu differenzieren.
- Im zweiten Schritt, der **Positionierung**, gilt es das komplexe Leistungsangebot in ein relevantes Leistungsversprechen zu übersetzen. In einem Satz sagen können wofür ein Produkt steht, ist gerade im B2B-Umfeld eine Herausforderung und dennoch entscheidend. Je klarer die Positionierung, desto stärker beeinflusst sie die Kunden in Richtung Kauf.
- An dritter Stelle des Marken Canvas erfolgt die Bestimmung zentraler **Touchpoints** entlang der Customer Journey. Eine Priorisierung erfolgt mit Blick auf Wahrnehmbarkeit, Relevanz und möglichen Wirkungsmechanismen.
- Im vierten Schritt des Canvas geht es um **Umsetzung**, den Aufbau des gewünschten Images bei den Zielgruppen. Hier entstehen Strategien für interne und externe Kommunikation. Die spezifischen Anforderungen von B2B oder B2C Märkten werden in individuelle Maßnahmenpakete übersetzt.



Soulbrands generiert über das Marken Canvas glaubhafte Positionierungen und alternative Maßnahmenpakete, um Innovationen bekannt zu machen und in den Köpfen der Zielgruppen positiv zu verankern. Den Maßnahmenplänen liegen Empfehlungen für das jeweils benötigte Kommunikationsbudget bei.

Damit schließt sich der Kreis zum Geschäftsmodell und dem dort erarbeiteten Business Case. Mit einer validen Schätzung der notwendigen Kommunikationsausgaben zur Erreichung gesteckter Ziele kann beispielsweise der Liquiditätsbedarf für ein Start-up ermittelt werden. Der Vergleich mit dem verfügbaren Kapital gibt frühzeitig ein Signal, ob die angestrebte Marktposition überhaupt kommunikativ umsetzbar ist oder eine zusätzliche Finanzierung erfordert.

Das Marken Canvas sollte bei Innovationen idealerweise im Anschluss an die Geschäftsmodellentwicklung durchgeführt werden. Die Maßnahmenpläne sind im Laufe der weiteren Entwicklung kontinuierlich anzupassen.

Soulbrands Communication Refinement - Vom Maßnahmenplan zur Schnittstelle mit der ausführenden Agentur

Der Communication Refinement Prozess passt die gewonnenen Erkenntnisse entsprechend der Produktentwicklung an, bis zur Übergabe an die ausführende Agentur. Zentrale Aspekte sind hier Kundenkontakt, Wahrnehmbarkeit und Budget.

- **Kundenkontakt:** Wird ein Produkt im Laufe der Entwicklung modifiziert, um eine erweiterte bzw. veränderte Zielgruppe zu erreichen, müssen die relevanten Touchpoints überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.
- **Wahrnehmbarkeit:** Der erfolgreiche Kontakt mit der anvisierten Zielgruppe ist Grundvoraussetzung für den Erfolg. Um diesen sicherzustellen werden Kommunikationskanäle und der jeweils notwendige Kampagnendruck mit Blick auf die anvisierte Zielgruppe geprüft. Spezifische Wirkungsmechanismen im B2B und B2C Bereich werden berücksichtigt.
- **Budget:** Die Zielsetzung definiert das benötigte Budget. Ein Produkt, das bspw. vom B2C-Nischenmarkt oder B2B-Fokus auf den B2C-Massenmarkt verändert werden soll, stellt an das Budget ganz andere Voraussetzungen.

Neben den obigen Aspekten findet im Rahmen der Realisierungsphase eine immer weitergehende Detaillierung der Maßnahmen aus den Marken Workshops statt. Dabei werden die Maßnahmen soweit konkretisiert, dass am Ende des Brand Refinement Prozesses ein fertiges Briefing für die nachgelagerten Agenturen – Kreativ & Mediaagenturen – vorliegt.

Soulbrands Performance

Soulbrands, als Strategieagentur für Marken und Innovationen, unterstützt Sie bei der Verknüpfung von Geschäftsmodell und Vermarktung. Hierzu bieten wir die nachfolgenden Bausteine:

- **Soulbrands Marken Workshop**
Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir die strategische Grundlage für eine erfolgreiche Vermarktung. Mit gezielten Fragestellungen und einem erfolgserprobten methodischen Ansatz erarbeiten wir ein stimmiges Markenprofil. Über die Methodik des Picture-It beispielsweise identifizieren wir die Bilder in Ihren Köpfen zu Marke und Produkt und generieren wertvolle Hinweise, um diese Bilder auch in den Köpfen Ihrer Kunden zu verankern. Die Grundsystematik des Workshops ist vielfältig anwendbar: für Start-ups mit neuen Produkten und Services bis zur Repositionierung bestehender Produkte, für B2C und B2B.
- **Soulbrands Communication Refinement**
Im Rahmen des Communication Refinement bieten wir bei Innovationen eine stete Konkretisierung der notwendigen Maßnahmen an - bis hin zum Briefing für ausführende Agenturen. Als Grundlage für Agenturbriefings und zur Vermittlung der Markenidentität im Unternehmen erstellen wir detaillierte Beschreibungen von Positionierungen und Kommunikationsstrategien.
- **Soulbrands Philosophie**
Wir vermitteln anwendbares Wissen. Unser Ansatz ist so ausgerichtet, dass Sie für weitere Markenfragen zunehmend eigenständig nutzen können.

Gerne machen wir Ihnen ein individuelles Angebot.

Soulbrands GmbH
Lübecker Strasse 13
50668 Köln

Tel: +49 221 79 00 97 01

Fax: +49 221 79 00 97 08

@: ruhmservice@soulbrands.de

Weitere Angebote unseres Leistungsportfolios finden sie auf unserer Website:

<http://www.soulbrands.de>