

Imageanalyse

Hauptsache, ein guter Ruf?

Image ist nicht alles - aber ein wesentliches Element erfolgreicher Markenführung. Das Bild, das ein Unternehmen oder eine Marke nach außen transportiert, prägt das Ansehen im Markt und ist für die Zielgruppe ein wichtiges Kriterium bei der Kaufentscheidung. Durch Imageanalysen lassen sich oberflächlich wahrgenommene Eindrücke aufdecken und hinterfragen - z.B. hinsichtlich der sinn- und erlebnisstiftenden Qualitäten einer Marke. Da die Außenwahrnehmung einer Marke und deren Selbstverständnis bisweilen nicht deckungsgleich sind, empfiehlt sich zusätzlich eine Überprüfung in Form einer Markenkernanalyse.

Vorgehen und Methode

In Gruppendiskussionen oder Dyaden ermitteln wir ein vielfältiges Meinungsspektrum zum Markenimage. Im gegenseitigen Austausch der Teilnehmer im Rahmen der Imageanalyse lässt sich auch erkennen, durch welche Kommunikationsmaßnahmen das Image Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Marke zustande kommt. In Kreativ-Workshops werden imagerelevante Aspekte (z.B. Image-Entstehung, -Status Quo, -Wandel) auf lebendige Weise veranschaulicht; der Einsatz von gestalterischen Techniken wie Collagen liefert wertvolle Erkenntnisse, die sich konkret in die Markenkommunikation übersetzen lassen. Um das Image Ihres Angebots auf breiter Basis zu prüfen, empfehlen wir quantitative Befragungen (online, face-to-face, Telefonbefragungen).

Ihre Vorteile

Mit der phaydon Imageanalyse machen wir für Sie die Außenwirkung Ihres Unternehmens und Ihrer Marke transparent und ermöglichen Ihnen eine realistische Einschätzung des Marktwertes. Wir leiten auf der Basis der Imageanalyse konkrete Empfehlungen ab, wie Sie Ihre Kommunikationsstrategien gezielt optimieren und das Image Ihres Unternehmens und Ihrer Marke langfristig positiv beeinflussen können.

© phaydon | research+consulting 2004-2010 www.phaydon.de



Mögliche Fragestellungen

- Wie präsentiert sich die Marke nach außen? Was kommuniziert sie und welche Erlebniswelten eröffnet sie?
- Wie wird die Marke auch im Vergleich zum Wettbewerb wahrgenommen?
- Inwiefern spiegeln die Produkte der Marke ihr Image wider?
- Welche Maßnahmen könnten das ermittelte Image ggf. stärker mit dem Selbstverständnis der Marke in Einklang bringen?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner