

Markenkernanalyse: brand story

Narrativ-prozessorientierte Markenanalyse mit der phaydon brand story

Der "Markenkern" – ein schillernder Begriff für eine zentrale Kategorie des Marketings. In der Analyse des Markenkerns geht es darum, die beständige Substanz aus Werten und Kompetenzen aufzudecken, die eine Marke ausmachen. phaydon geht dabei vom Konzept der narrativen Markenpersönlichkeit aus, das jede (erfolgreiche) Marke als eine klar ausgebildete Identität mit spezifischen "Charaktereigenschaften" in einer langfristig angelegten Markenstory ansieht. Markenkernanalysen lohnen sich gerade im Hinblick auf ein konkurrenzstarkes Umfeld, wenn es darum geht, die Identität einer Marke in Abgrenzung zum Wettbewerb klarer zu positionieren und zu festigen.

Vorgehen und Methode

Gute Geschichten bewegen und prägen Menschen von jeher und klein auf. In der qualitativen Forschung ergründen wir in unserem eigens entwickelten brand story Ansatz gemeinsam mit den Konsumenten nicht nur die „Persönlichkeit“ einer Marke, sondern machen auch den roten Faden in ihrer Entwicklung sichtbar und halten Ausschau nach den Ausgangspunkten für (neue) starke Stories Ihrer Marke. Fragen, die wir dabei beispielsweise stellen könnten: Welche „Heldenreise“ erzählt Ihre Marke – und wie kann sich der Konsument mit ihr entwickeln (Storytelling-Ansatz)?

In unserem dreistufigen brand-story-Prozess erforschen wir tiefgreifend die Geschichte(n) rund um die Marke – und zeigen inspirierende Entwicklungspotenziale auf:

- Stufe 1: brand history: Wo hat die Marke ihre Wurzeln? Welche Entwicklungen hat sie bisher durchlaufen – und welche Werte haben sich dabei herausgebildet?
- Stufe 2: brand status: Wo steht die Marke jetzt? Wie geht der Konsument mit ihr um? Mit welchen Bildern lässt sich ihr Image am besten beschreiben?
- Stufe 3: brand vision: Wo soll es hingehen mit der Marke? Welche Visionen lassen sich aus Herkunft und Status Quo für die Marke ableiten? Wie lässt sich die Geschichte der Marke weiterspinnen?

In Tiefeninterviews, Gruppendiskussionen und/oder Kreativ-Workshops ermitteln wir das komplexe Wertesystem Ihres Unternehmens und Ihrer Marken. Workshops sind dabei besonders fruchtbar, da der Einsatz kreativer Techniken die Vorstellungskraft der Teilnehmer fördert und identitätsstiftende Werte auf spielerische Weise entwickelt werden können.

Ihre Vorteile

phaydon brand story hilft Ihnen, die Marke mit den Augen des Verbrauchers zu sehen und aus den bedeutsamen Markengeschichten tragfähige Schlüsse abzuleiten. brand story und unser Storytelling-Ansatz machen abstrakte Markeneigenschaften greifbar, weil sie in narrative Zusammenhänge eingeordnet werden. Wir unterstützen Sie dabei, Markenwerte zu stabilisieren, Kompetenzen zu fokussieren und die richtigen Themen und Erfolgsstoffe für Ihre Marken-Story auszuwählen.



Unsere Leistungen im Überblick:

▪ brand history

[Stufe 1 unserer Markenkernanalyse brand story](#)

▪ brand status

[Stufe 2 unserer Markenkernanalyse brand story](#)

▪ brand vision

[Stufe 3 unserer Markenkernanalyse brand story](#)

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

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner

