

Checkliste Markenführung

So ermitteln Sie die Markenstärke Ihres Juweliergeschäftes bzw. Ihres Unternehmens.

Vorwort

Diese Checkliste umfasst Fragen, die Sie sicherlich nicht in einer Stunde beantworten können. Es ist sinnvoll, diese strategischen Fragen in aller Ruhe zu stellen.

Wenn Sie sich mit diesen Fragen gewissenhaft auseinandersetzen, können Sie einen Ist-Zustand der Stärke Ihrer Marke ermitteln.

Dabei ist die Sichtweise Ihrer Kunden entscheidend. Letztenendes heißt "Marke sein", beliebt und anerkannt zu sein.

"Du bist eine Marke".

Legen Sie los, und ermitteln Sie Ihren Markenkern. Nehmen Sie sich dazu Zeit. Nutzen Sie ein freies Wochenende und lassen Sie es sich dabei gut gehen.

Fangen Sie an, diese Fragen zu beantworten. Wenn Sie ein Inhaber-Paar sind, gehen Sie diese Fragen zu zweit durch.

Einmal im Jahr sollten Sie den Marken-Check für Ihr Unternehmen gemacht haben.

Inhalt

VORWORT	2
INHALT	3
IHR UNTERNEHMEN	4
KUNDENBEZIEHUNG	5
ERSCHEINUNGSBILD	6
FAKTEN	7
KONTAKT	8

Ihr Unternehmen

Stärken - Ausrichtung

- Welche Stärken hat Ihr Geschäft?
- Welche Ausrichtung hat Ihr Geschäft?
- Welche Sortimente und Services bieten Sie konkret an?

Geschichte – Meilensteine - Wendepunkte

- Welche Geschichte hat Ihr Geschäft?
- Wie trägt diese Geschichte dazu bei, Stärken, Kompetenzen aufzubauen?
- Welche Stationen in der Geschichte Ihres Unternehmens sind verantwortlich für die heutige Ausrichtung?

Werte, Vision, Mission, Leitbild

- Was sind Ihre persönlichen Werte und Geschäftsprinzipien?
- Leben Sie nach sogenannten Kaufmannstugenden?
- Spielt Ethik für Sie eine Rolle?
- Haben Sie eine schriftlich ausformulierte Vision, eine Mission oder ein Leitbild?
- Wenn ja, sind Ihre Vision, Ihre Mission oder Ihr Leitbild für das tägliche Handeln in ihrem Unternehmen bestimmend? Wie setzen Sie das um?
- Wie intensiv kommunizieren Sie Vision, Mission bzw. Leitbild an Ihre Mitarbeiter? Schwören Sie Ihre Mitarbeiter darauf ein?
- Welche Geschichten gibt es in Ihrem Unternehmen, die Ihre Stärken, Kompetenzen bildhaft erläutern und klarmachen? Welche Mythen und Sagen hat Ihr Unternehmen?

Mitarbeiter

- Gibt es ein klares Konzept beim Einstellen von Mitarbeitern, das von Ihrer Firmenphilosophie abgeleitet ist?
- Trainieren und schulen Sie Ihre Mitarbeiter gemäß Ihren Werten, Ihrer Mission und den Anforderungen Ihrer Wunschkunden?
- Wie gehen Sie mit Mitarbeitern um, die nicht zur Philosophie passen?

Ihr Geschäft als Person

- Wenn Ihr Geschäft eine Person wäre?
- Welche Eigenschaften hätte diese Person?
- Wie würden Sie diese Person beschreiben?

Kundenbeziehung

Personas – Wunschkunde - Zielgruppe

- Haben Sie eine klare Vorstellung über Ihre Zielgruppe?
- Ist es seine Zielgruppe mit definierten Werten und Befindlichkeiten?
- Oder sind des mehrere Zielgruppen?
- Definieren Sie Personas für Ihre Angebotsbereiche?
- Wie breit oder spitz ist Ihre Sortiments-Ausrichtung?
- Wenn Sie eine breite Ausrichtung haben, wie wahrscheinlich ist es, dass bestimmte Kundengruppen Teile Ihres Sortimentes ablehnen?

Kundenbeziehung

- Kommunizieren Sie mit Ihren Kunden über die “Geschäftsbeziehung” hinaus? Machen Sie Kundenveranstaltungen, Events?
- Fordern Sie von Zeit zu Zeit ein Kundenfeedback ab? Nutzen Sie die Instrumente des Empfehlungsmarketings? Arbeiten Sie mit Kundenbewertungen? Werten Sie Kundenbewertungen konsequent aus? Leiten Sie daraus Verbesserungen ab?
- Servicequalität: Womit sorgen Sie für Gesprächsstoff bei den Kunden?
- Mit welchen Instrumenten binden Sie Ihre Kunden an Ihr Geschäft?
- Was schätzen Ihre Kunden an Ihrem Geschäft?
- Was dürfen Sie auf keinen Fall aufgeben, weil Sie sonst Kunden verlieren würden?
- Wenn es Ihr Geschäft nicht mehr gäbe, wären die Kunden traurig?

Beziehung zur Öffentlichkeit

- Ist Ihr Geschäft Teil des gesellschaftlichen Lebens Ihres Ortes oder Ihrer Stadt?
- Sind Sie vernetzt mit örtlichen Institutionen, Vereinen?
- “Kennen Sie jeden Barkeeper in Ihrer Stadt?”
- Machen Sie PR?
- Welche Bedeutung hat Ihr Geschäft in Ihrem Ort? Wäre die Bevölkerung traurig, wenn es Ihr Geschäft nicht mehr gäbe?

Image Ansehen

- Ist Ihr Geschäft bekannt?
- Ist Ihr Geschäft angesehen?
- Welches Image hätten Sie gerne?
- Was müssten Sie im Bereich Personal, Sortiment, Service, Ladenbau, CI, Werbung tun, damit Sie dieses neue Image erzielen?

Erscheinungsbild

Corporate Identity - Grundlagen

- Wie lautet Ihr Firmenname in der Werbung? Der Konzeptname?
- Wie sieht Ihr Logo aus? Nach welchen Gesichtspunkten ist es gestaltet?
- Welche Firmenfarben haben Sie? Passen Sie zum angestrebten Image? Passen Sie zu Ihrem Wunschkunden?
- Gibt es ein sogenanntes "Corporate Wording", einen Sprachstil, der Ihr Geschäft von anderen unterscheidet? Das können auch Kleinigkeiten sein? Stil der Korrespondenz, Stil des E-Mail Verkehrs, Grußformeln?

Ladenbau

- Wie intensiv drückt sich Ihre Firmenphilosophie, Ihre Werte, Ihre Mission, Ihre Orientierung an Ihrem Wunschkunden in Ihrem Ladenbau-Konzept aus?
- Wie würden Sie dieses Ladenkonzept beschreiben?
- Sind sämtliche CI-Elemente konsequent in Ihrem Ladenbau eingearbeitet?
- Sind sämtliche CI-Elemente konsequent in Ihrer Dekoration umgesetzt?

Werbung

- Passt Ihre Werbung zu Mission und Werten Ihres Unternehmens?
- Sorgt Ihre Werbung für Gesprächsstoff?
- Wenn ja, unterstützt diese Werbung die angestrebte Identität bzw. Image Ihres Hauses?
- Sind grundsätzlich sämtliche CI-Elemente in Ihrer Werbung verankert?

Fakten

Wirtschaftliche Entwicklung

- Hat sich Ihr Unternehmen in den letzten fünf Jahren positiv entwickelt? Umsätze, Erträge?

Konkurrenz

- Wer ist der schärfste Konkurrent an Ihrem Standort, in Ihrem Einzugsgebiet?
- Wie würde Ihre Konkurrenz diese Fragen zur Markenführung beantworten?
- Müssen Sie Online-Anbieter fürchten?

Entwicklung der Branche

- Welche Chancen sehen Sie für Ihr Geschäft in der Entwicklung der Branche und des Umfeldes?
- Wie häufig gehen Sie auf Messen?
- Tauschen Sie sich mit Branchen-Insidern regelmäßig aus?
- Sehen Sie für Ihr Geschäft Bedrohungen durch die Entwicklung der Branche?

Kontakt

Haben Sie Fragen zur Checkliste "Markenführung". Rufen Sie mich gerne an oder schicken Sie mir eine E-Mail.

Wieland-Beratung
Andreas Wieland
Habichtstalgasse 11c

35037 Marburg
Tel.: 06421/3409955

info@wieland-beratung.de

www.wieland-beratung.de