

Branditive ist eine an den praktischen unternehmerischen Bedürfnissen orientierte Markenberatung. Nur wenn die Marke alle Bereiche des Unternehmens durchdringt und berücksichtigt, kann sie effizient gemanagt werden und einen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten.

Was uns differenziert:

- **Verbindung von Strategie und Implementierung:** Wir kennen das Spektrum des Markenmanagements – von den Quick Wins bis zu den langfristigen Zielsetzungen zur Stärkung der Marke.
- **Verbindung von Beratung und Design:** Im Zusammenspiel von strategischer Beratung und kreativem Sachverstand können wir optimal auf die Herausforderungen Ihrer Marke eingehen.
- **Vielseitige Branchen- und Organisationserfahrung:** Unsere langjährige Kenntnis von B2B- und B2C-Märkten, von KMUs und Non-Profit-Organisationen bis zu internationalen Konzernen hilft Ihnen Ihre Entscheidungen rund um die Marke abzusichern.

Ansätze zur Steigerung der Leistungsfähigkeit Ihrer Marke:

Was leistet die Marke für Ihr Unternehmen?

	1. Markenaudit Den Status quo der Marke kennen	2. Markenbasis Die Kernbestandteile der Marke definieren	3. Markenform Das Erscheinungsbild der Marke prägen	4. Markenkurs Die Marke im Markt verankern
1. Marke profiliert und differenziert Leistungen am Markt	– Wie profiliert sich die Marke heute?	– Was ist das Fundament der Marke?	– Welche Elemente prägen den Markenauftritt? – Ist die Erlebniskette der Marke konsistent?	– Was sind die optimalen internen und externen Implementierungsstrategien?
2. Marke ist Steuerungsinstrument	– Wie wird die Marke geführt?	– Was ist das System der Marke?	– Welche Themen besetzt sich die Marke am Markt?	– Wie ist das Brandmanagement organisiert? – Ist die Marke stringent dokumentiert?
3. Marke ist Teil der unternehmerischen Wertschöpfung	– Welche Rolle spielt die Marke für das Geschäfts- und Vertriebsmodell?	– Welchen Einfluss haben die Markentreiber auf die relevanten Unternehmensbereiche?	– Ist das Zusammenspiel von Marke und Geschäftsbereichen klar definiert?	– Ist der Markenschutz gewährleistet? – Welche Expansionsstrategien passen zur Marke?
	→ Standortbestimmung der Marke; Maßnahmenplan	→ Strategisches und inhaltliches Gerüst der Marke	→ Definierter Markenauftritt und orchestrierte Markenkontaktpunkte	→ Integration der Markenführung in Unternehmensprozesse