



Marken-Erlebnis (Ausfüllhilfe)

Mit dem Marken-Erlebnis Template lassen sich Innensicht und Außensicht einer Marke gegenüberstellen.



Markenwerte

Welche Kern-Markenwerte besitzt unser Unternehmen?
Gibt es ggfs. unterstützende Werte zum Markenkern?

Falls keine explizit definiert wurden:

- wofür steht unser Unternehmen „intern“, was ist das Selbstverständnis?
- welche 3-5 Kernwerte ziehen sich wie ein roter Faden durch alles, was wir tun?



Erlebnis-Merkmale

Angenommen, wir könnten in den Kopf eines Kunden schauen, während er unser Produkt nutzt, oder nachdem er mit uns Kontakt hatte:

- mit welchen Worten würde er das Produkt / den Service beschreiben?
- womit würde er es vergleichen?
- wie fühlt er sich während der Nutzung?

Diese Merkmale lassen sich hervorragend über qualitative Marktforschung erfragen.

Auswertung

- wo bestehen Überlappungen zwischen den Beschreibungen?
- wo signifikante Unterschiede?
- was war besonders überraschend?

Mögliche nächste Schritte: Customer Journey Mapping & Priorisierung, Ideen-Entwicklung