HILFREICHE TIPPS FÜR DIE ERMITTLUNG UND VERMARKTUNG DEINER MARKENWERTE



Veröffentlicht am 12. Mai 2022 von Veronika

Unternehmenswerte online vermarkten: Das ist die entscheidende Herausforderung für viele Unternehmen - wir zeigen Dir, wie es geht!

Die **Markenwerte Deines Unternehmens** – also die Werte/Identität, die der Kunde mit Deiner Brand assoziiert – haben in der heutigen Gesellschaft einen immer höheren Stellenwert. Ein Unternehmen ohne solche Werte hat es schwer, sich als Firma auf dem Markt zu **etablieren**. Doch was sind überhaupt Markenwerte, wie definierst Du diese und welche Möglichkeiten der **Vermarktung** Deiner Werte gibt es? Wenn das die Fragen sind, die gerade in Deinem Kopf herumschwirren, dann lies unbedingt weiter!

EINE WELT IM STETIGEN WANDEL

Die Zeit bringt immer wieder neue **Trends** mit sich und viele Unternehmen passen sich an diesen an. Doch nicht nur Trends, sondern auch **politische Einflüsse** und **Umweltfaktoren** spielen eine große Rolle bei der Frage: Wie repräsentiere ich die Werte meines Unternehmens und welche sind das? Wir als Online Marketing Agentur wissen, dass viele Firmen schnell überfordert sind, wenn es um die Vermarktung ihrer eigenen Marke im Internet geht. Denn nicht nur über die Eigenschaften der eigenen Brand oder Dienstleistung muss man sich Gedanken machen, sondern auch über Wege, wie man diese attraktiv darstellt. In der heutigen Zeit gibt es verschiedene Möglichkeiten dafür, wie eine Webseite, eine Social Media Kampagne und vieles mehr.

INHALT

- Was sind Markenwerte?
- Wie bestimme ich meine Unternehmenswerte?
- Welche Möglichkeiten der Vermarktung gibt es im Online-Marketing?

- Fazit

WAS SIND MARKENWERTE?



Wir zeigen Dir, warum es so wichtig ist, Deine Unternehmenswerte zu vermarkten

Denke Dich mal in die Welt der Markengiganten ein. Apple, Samsung, Nike, Adidas. Was haben alle diese Unternehmen gemeinsam? Richtig – jeder kennt sie! Doch woran liegt das? Wenn Du an diese Firmen denkst, dann hast Du auch bestimmt ein Bild im Kopf – nämlich das **Markenzeichen**. Jedes dieser Unternehmen hat eine eigene Brand, die sich nicht nur durch ein Logo definiert, sondern auch durch bestimmte, eindeutige **Eigenschaften** und **Werte,** die durch Sichtbarkeit und Erfahrungen geprägt werden. Wie und wie stark potenzielle Kunden diese Werte wahrnehmen, bestimmt Deine Markenwerte. Durch häufige, konsistente und positive Marken-Erfahrungen und Werte wird ein **(marken)treuer Kundenstamm** aufgebaut, der Dich weiterempfiehlt und bereit ist, für Deine Produkte mehr zu bezahlen als für die der Konkurrenz.

Für die Festlegung und Vermarktung Deiner Markenwerte musst Du zweierlei verstehen: Was Dich oder Dein Produkt im Vergleich zum Wettbewerb besonders auszeichnet und was Deine Kunden

überhaupt wollen. Denn eines weißt Du ganz bestimmt: Die **Konkurrenz** ist mehr als groß und mit einem einfachen **Online-Shop** ist es noch lange nicht getan. Hinter den ganzen Unternehmen, die erfolgreich **Umsatz generieren** und sich im Internet präsentieren, stecken immer gut durchdachte **Marketing**– und **Verkaufspsychologien,** die Markenwerte zielgruppenspezifisch und strategisch positionieren.

Durch Corporate Branding sorgst Du durch Design, Online-Auftritt, Storytelling und Co. für die Unverwechselbarkeit Deines Unternehmens. Beim **Personal Branding** (dem Aufbau einer Personenmarke) wirst Du dabei selbst als Persönlichkeit Botschafter Deiner Brand und stärkst das Vertrauen in Deine Marke. So assoziieren wir Apple einerseits mit dem Apfel-Logo, mit schlichtem, hochwertigem Design und innovativen Technologien. Andererseits steht Apple auch für Steve Jobs, der durch seine Prinzipientreue sowie mit einer einzigartigen und **berührenden Geschichte** in Erinnerung bleibt.

WIE BESTIMME ICH MEINE UNTERNEHMENSWERTE?

Um eine klare Aussage für Deine Marke zu finden, solltest Du zunächst Deine Unternehmenswerte ganz klar festlegen. Überlege, welche **Zielgruppe** Du mit Deinem Produkt ansprechen willst. Außerdem solltest Du voll und ganz hinter Deinem Produkt stehen und Dir überlegen, was für Dich von Bedeutung ist. Ist es vielleicht ein umweltfreundliches Produkt, welches Du verkaufen willst oder etwas **Innovatives**?

Stelle Dir dabei immer wieder die Fragen:

- Wie sprechen andere über mein Unternehmen?
- Was hebt mich von der Konkurrenz auf dem Markt ab?
- Wie entwickelt sich der Markt voraussichtlich unter aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen?
- Und was würde meine Zielgruppe gerne hören?

So findest Du nicht nur heraus, für was Du stehst, sondern auch, mit welchen Qualitäten Du Dich authentisch im Markt präsentieren kannst.

Übrigens: Es genügt nicht, sich durch nur hohe „Qualität, Innovation und Professionalität" zu definieren – selbst wenn das Dein Unternehmen ausmacht. Hier handelt es sich zwar auch um Werte. Aber leider wirst Du nicht der Einzige sein, der damit wirbt. Ebenso macht es keinen Sinn, sich beispielsweise Nachhaltigkeit auf die Fahne zu schreiben, wenn dies gar nicht stimmt. Denn solche Worthülsen oder gar Lügen gehen oft nach hinten los.

Du findest es schwierig oder zu zeitaufwändig Deine **einzigartigen Markenwerte** zu bestimmen, die Dich von Deinen Wettbewerbern abheben und die **nicht generisch klingen**? Dann wende Dich an eine professionelle Marketingagentur.

FÜR EINE STARKE MARKE SIND FOLGENDE FAKTOREN UNABDINGBAR:

- Ideen und Werte, die in einer klaren Botschaft vermittelt werden
- relevante und berührende Inhalte, die andere Menschen inspirieren
- überzeugendes Storytelling
- qualitative Botschaften, die nachhaltig sind
- Reichweite auf Social Media
- eine professionelle Webseite
- ein einheitliches Logo und Webdesign
- Individualität, Authentizität und Einzigartigkeit
- das richtige Mindset!

WELCHE MÖGLICHKEITEN DER VERMARKTUNG GIBT ES IM ONLINE-MARKETING?

WEBSEITE

Die Webseite: Der Klassiker – es gibt nichts Vielversprechenderes als eine Webseite für Dein Unternehmen. Denn der altbewährte Spruch „**Wer suchet, der findet**" spielt auch hier eine besonders große Rolle. Denn im Internet gibt es viele Webseiten und die Konkurrenz ist groß. Wenn Du Dich jedoch mit Deiner Webseite hervorhebst und weißt, wie Du mit den richtigen Tricks ganz oben im Ranking landest, dann steht Deinem Erfolg nichts mehr im Wege. Um Deine Markenwerte klar herauszustellen, achte auf ein klares und unverwechselbares Corporate Design, gelungene Slogans und gutes Storytelling.

KAMPAGNEN

Eine **Werbekampagne** bringt Dich an Dein Ziel, wenn Du eine bestimmte Zielgruppe mit verschiedenen Postings oder Anzeigen erreichen möchtest. Schalte eine Kampagne auf **Social Media** oder auf **Google** und entscheide selber dabei, wie diese aussieht. Dabei ist entscheidend, dass Du die Aufmerksamkeit von Deinen Interessenten bekommst und diese in Kunden umwandelst.

SOCIAL MEDIA

Immer mehr **Soziale Netzwerke** werden auf den Markt gebracht. Zu den bekanntesten zählen dabei **Facebook und Instagram.** Diese beiden Social Media Giganten gehören, wie Du sicherlich schon weißt, zu Meta und sind miteinander verknüpft. Wenn Du also Deine Kunden über eine Story auf Instagram über bestimmte Aktionen informieren möchtest, solltest Du dies auch zeitgleich auf Facebook tun. Über den Meta-Werbeanzeigenmanager kannst Du zudem auch Deine Kampagnen auf beiden Kanälen schalten und überwachen. Doch zur Pflege solcher **Unternehmensprofile** gehört eine Menge Arbeit. Denn dafür benötigt man nicht nur das gewisse Know-how, sondern auch viel Zeit, denn eine Interaktion mit den Followern Deiner Seite ist das A und O. Zeige diesen, dass Du sie wertschätzt und bleibe immer präsent.

Neben diesen wichtigen Faktoren kannst Du natürlich – je nach Produkt oder Dienstleistung, auch weitere Marketingmaßnahmen außerhalb des Onlinemarketings vornehmen, wie Veranstaltungen, Drucksachen, Giveaways und andere Werbemittel. Wichtig ist, dass du dabei gezielt vorgehst und Deiner Brand treu bleibst.

FAZIT

Durch klare Definition Deiner **Markenwerte**, authentisches **Branding** sowie zielgruppengerechte und strategische **Online-Marketing-Maßnahmen** vermittelst Du Deine Markenbotschaft an Deine Audience im Web. Vergiss dabei nicht eine stetige Auswertung und Optimierung Deines Marketings und behalte Deinen Wettbewerb stets im Blick. Interagiere mit Deinen Fans auf Social Media & Co. und reagiere auf Feedback – egal ob positiv oder negativ, um Deinen Ruf zu verbessern. So baust Du Dir einen Stamm an Kunden auf, aus denen im besten Fall Fans werden, die Dich weiterempfehlen.

Du bist weder Online-Marketing-Stratege noch Branding-Spezialist, möchtest Deinen Umsatz durch eine gelungene Vermarktung dennoch professionell steigern? Dann ziehe eine **erfahrene Marketing-Agentur** hinzu. Wir helfen Dir gerne!

Kontakt aufnehmen