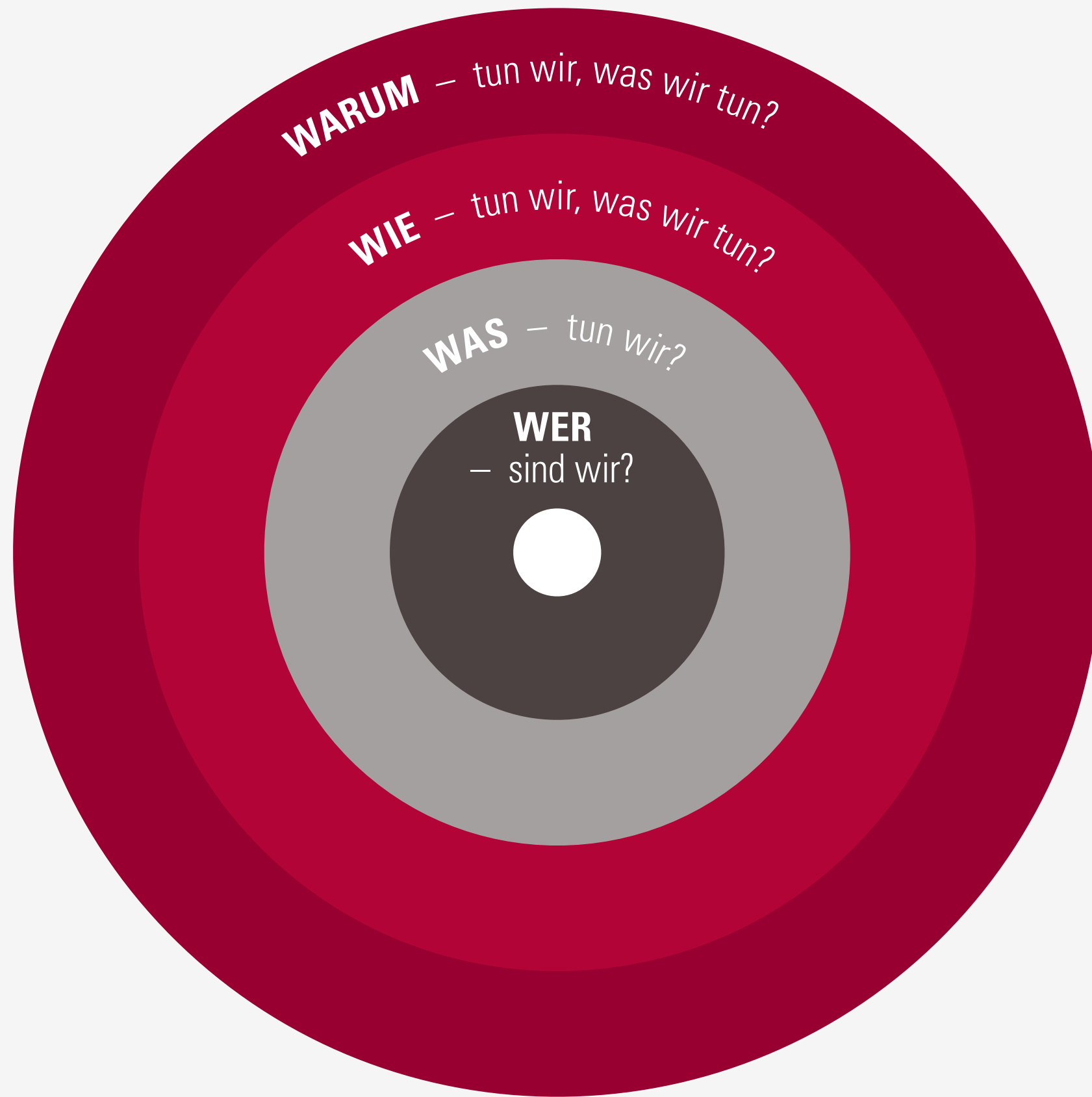


7 TIPPS ZUR STÄRKUNG IHRER MARKE IN ZEITEN VON COVID UND DIGITALISIERUNG

EIN WHITEPAPER VON

DIETRICH **i**
image- & markenberater



1. STANDORTBESTIMMUNG

...den richtigen Weg zum Ziel finden.

Wer nicht weiß, wofür er steht, kann auch nicht den richtigen Weg zum Ziel finden.

Unsere **4 W's** bilden den Rahmen für Ihre Gesamtstrategie in Form von Vision, Mission, Werten bis hin zur Wachstumsstrategie.

Wie das heute geht und gute Ergebnisse bringt?

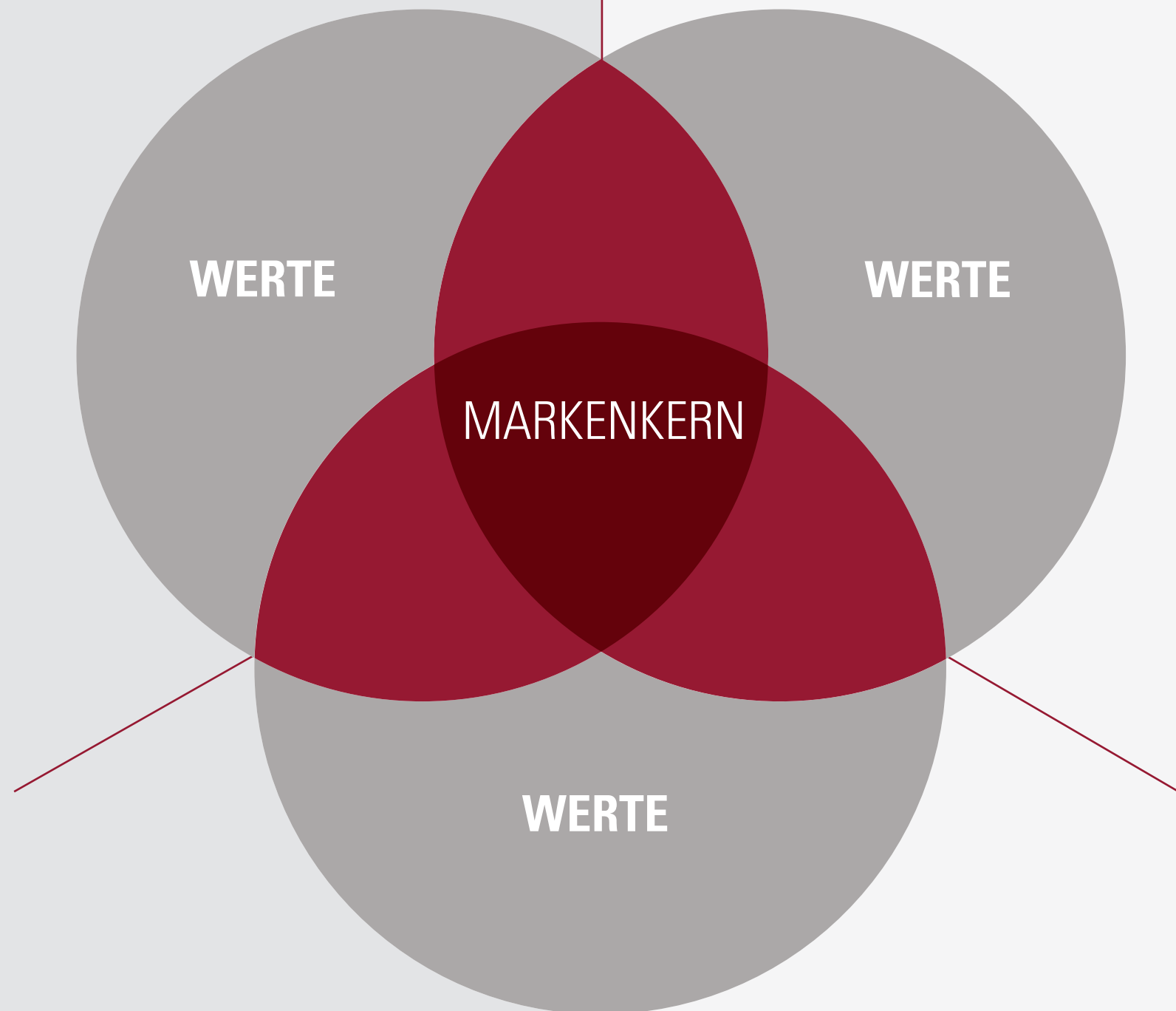
Mit unseren digitalen Analysetools schaffen wir die Ausgangsbasis für Ihre Standortbestimmung und zeigen Ihnen die wichtigsten Handlungsempfehlungen aus Markensicht auf. Der erste Schritt für Ihre Standortbestimmung.

MARKEN WIRKEN NACH INNEN...

Motivation / Stolz
Wir-Gefühl
Innovation / Kreativität

UND NACH AUSSEN...

Wiedererkennbarkeit
Vertrauen
Glaubwürdigkeit



2. MARKENWERTE

Ein Logo ist nur ein Kennzeichen.
Eine Marke hat Werte und Haltung.

Wir bei Dietrich Identity lieben Werte.

Wir fragen unsere Kunden nicht nur, „**was**“ sie „**warum**“ machen, sondern auch „**wie**“.

Die echten Markenwerte spiegeln die innere Kultur und die Stärken der Organisation wieder. Sie ändern sich in der Regel eher behutsam und das ist auch gut so, denn sonst wären diese Werte nicht authentisch.

Der **Markenkern** symbolisiert den wichtigsten Wert.

Er identifiziert nach außen und differenziert am Stärksten zum Wettbewerb. Ihre Werte erarbeiten wir gemeinsam mit Ihnen im Rahmen unseres Workshops Echte Werte – ganz nach Wunsch in einem persönlichen Workshop oder einem Onlineformat.

TOP 3
der Ziele einer
Markenpositionierung*

RELEVANZ

95,5%

Optimale Ansprache
der Zielgruppen

DIFFERENZIERUNG

86,4%

Abgrenzung zum
Wettbewerb

**GLAUB-
WÜRDIGKEIT**

70,3%

Übereinstimmung
zwischen Selbst-
und Fremdbild

* DID-Markenstudie „Marken-
positionierung in der Praxis“

3. MARKENPOSITIONIERUNG

... heißt, eine Marke glaubwürdig
am Markt zu differenzieren.

Ihr **Markenkern ist die Basis** für eine erfolgreiche Positionierung.

**Können Ihre Mitarbeiter in einem Satz formulieren,
was ihre Marke ausmacht?**

**Hat Ihre Positionierung einen Nutzen für Ihre Zielgruppe?
Ist Ihre Positionierung einfach und merkfähig?**

Eine eindeutige Antwort gibt Ihnen unser Kommunikations-
konzept Leitidee, das wir Ihnen im Rahmen Ihrer wichtigsten
Kommunikationsmaßnahmen veranschaulichen.

TOP 3 Erkenntnisse*

83%

„Das Logo ist neben dem Namen immer noch das wichtigste Corporate-Design-Element.“

76%

„So beweglich wir heute sein müssen, so beweglich muss auch das Corporate Design der Zukunft sein.“

76%

„Es ist sinnvoll, jetzt auf Marktveränderungen zu reagieren und das Corporate Design anzupassen.“

* DID-Markenstudie „Corporate Design der Zukunft“

4. CORPORATE DESIGN

... ist Ihre visuelle Brücke von der Strategie zur Wahrnehmung.

Gutes Corporate Design ist für uns visualisierte Strategie.

Es macht **Vision, Werte** und **Selbstverständnis** sichtbar und erlebbar.

Das Corporate Design macht auf die Marke visuell aufmerksam, schafft Wiedererkennung. Das Design wird dabei von den Markenwerten und der Positionierung geleitet.

Wir erarbeiten mit Ihnen interaktiv Ihre wesentlichen Designelemente und legen „Must-Haves“ und „May-Haves“ fest. Für den besten Look & Feel Ihres Unternehmens.

5. MARKE & DIGITALISIERUNG

... Ihre kommunikative Antwort auf den Wandel der Zeit.

Wo früher die Regel „Don't touch the logo!“ herrschte, fordert die Fragmentierung der Medien eine **neue Flexibilität**.

Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Xing oder doch lieber TikTok?

Welcher Social-Media-Kanal passt zu Ihnen?

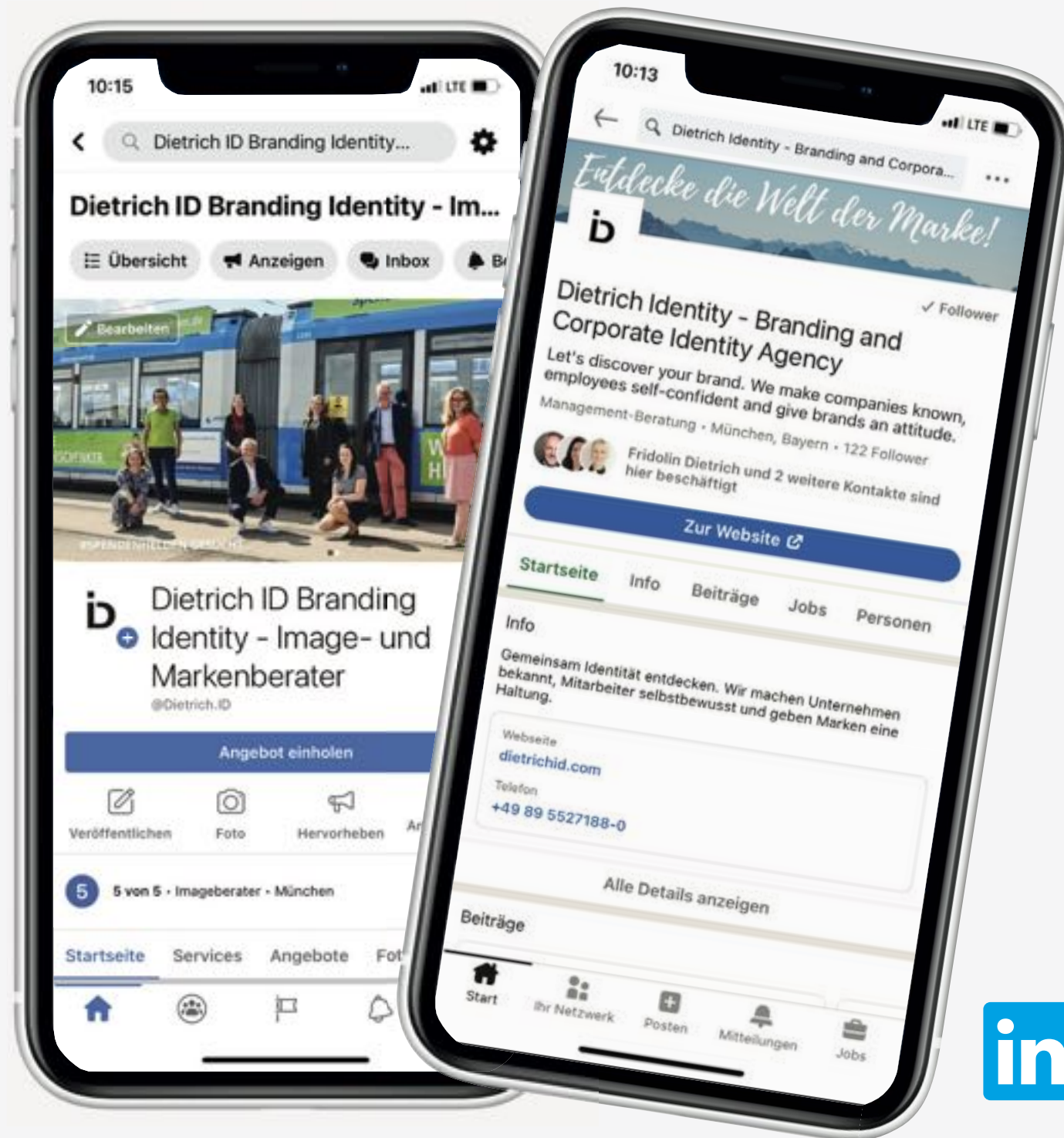
Welche Vor- und Nachteile gibt es?

Wie sind Aufwand und Kosten?

Wie sieht die Gestaltung aus?

Macht ein Redaktionsplan Sinn?

Der Einsatz von **Social Media** will gut durchdacht und richtig vorbereitet sein. In unserem Starterworkshop Social Media bekommen Sie das Rüstzeug und können danach gleich loslegen.



6. ARBEITGEBERMARKE

... Ihre Brücke in den Arbeitsmarkt.

Die jungen Generationen haben neue Anforderungen an die Arbeitsstelle Ihrer Wahl:

- Haltung des Unternehmens zu gesellschaftlichen und sozialen Themen
- Kultur im Unternehmen (Arbeitsatmosphäre)
- Vereinbarkeit Beruf und Familie
- Flexibilität
- Talententwicklung

Damit Sie neue Mitarbeiter gewinnen und ihre guten Mitarbeiter halten, macht es Sinn, diese wertorientierten Anforderungen in einer **starken Arbeitgebermarke** festzulegen. Damit Versprechen auch gehalten werden.

Unser Workshop Arbeitgebermarke bewertet gemeinsam mit Ihnen Ihre Arbeitgebermarke und zeigt Lösungen auf.



TOP 3 Erkenntnisse*

80%

Nachhaltigkeit
sollte als Thema in den
Werten der Marke
verankert werden.

72%

Nachhaltigkeit
sollte den Kern der
Unternehmensstrategie
ausmachen.

64%

Nachhaltigkeit sollte
im Unternehmensleitbild
festgeschrieben
werden.

* DID-Markenstudie „Marke und Nachhaltigkeit“

7. ZUKUNFTSTHEMEN

Nachhaltigkeit ist mehr als nur ein Megatrend.

Sämtliche Handlungsfelder unserer Gesellschaft – und genauso von Unternehmen – stehen in der Verantwortung, unsere ökonomische, soziale und ökologische Existenz zu bewahren.

Wie steht es um die Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?
Gelebte **Kultur** oder **Green-Washing**?

Unsere Markenstudie Nachhaltigkeit zeigt, dass eine Verankerung von Nachhaltigkeit gefordert ist. Lassen Sie uns ins Gespräch kommen, wie das in Ihrem Unternehmen möglich sein könnte.

GEMEINSAM IDENTITÄT ENTDECKEN

... denn bei einer Marke mit Haltung gewinnt das Wir.

Wir bei Dietrich Identity lieben die Marke.
Weil sie nachhaltig nach innen und außen wirkt.

Wir können Strategie.
Aber krempeln auch für die Umsetzung die Ärmel hoch.

Und wir entdecken mit unseren Kunden das,
was jeder braucht, aber die Wenigsten haben.

Echte Werte.



Fridolin Dietrich
GESCHÄFTSFÜHRER/
STRATEGIE



Elke Walther
PROKURISTIN/
PERSONAL



Stephanie Meyer
BERATUNG



Isabella Weyers
BERATUNG



Anja Pfeilsticker
DESIGN



Karin Vollmer
CORPORATE
PUBLISHING



Elisabeth Richter
GRAFIK



Sabine Valentin
TRAINING &
WORKSHOPS



Andreas Lenz
DIGITALISIERUNG



**Dr. Markus
Bahmann**
MARKENRECHT

IDENTITÄT ENTDECKEN

DIETRICH **iD**
image- & markenberater

Dietrich Identity GmbH
Hofmannstraße 25-27
81379 München

t | +49 (0) 89 5527 188 - 0
f | +49 (0) 89 5527 188 - 20
e | info@dietrichid.com
i | dietrichid.com