

THE BRAND CANVAS MODEL

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

RAHMENBEDINGUNGEN/EXT. FAKTOREN

- Welche externen Bedingungen sind für die Marke relevant?
- Konjunkturell
- Sozial, Trends
- Politisch

ORGANISATION/ STRUKTUR

Welche interne Rahmenbedingungen sind für die Marke relevant?

- Position im Organigramm
- Team, Ressourcen
- Weitere Marken/ Unternehmen

LOGO

WETTBEWERBER

- Wer sind die Hauptwettbewerber der Marke?
- Was sind ihre Stärken und Schwächen?
- Wie ist ihr Marktanteil?

MARKEN- VERSPRECHEN

Mit einem Satz auf den Punkt gebracht. Warum sollten die Kunden meine Marke kaufen/ nutzen?

KUNDEN

- Wer sind meine Kunden?
- Wie kann ich Kundengruppen beschreiben?
- Was sind ihre Anforderungen und Bedürfnisse? Was erwarten sie?

STORY / DIFFERENZIERUNG

Wie lautet die Geschichte hinter der Marke? Was macht die Marke einzigartig und unterscheidet sie vom Wettbewerb?

LEISTUNGEN / ANGEBOTE / PRODUKTE

Was sind die konkreten Angebote an den Kunden. Wie bauen sich die Produkte oder Leistungen auf? Zu welchem Preis oder Bezahlmodell werden diese angeboten?

CORPORATE DESIGN

Das optische Erscheinungsbild der Marke:

- Wie sieht der Kunde die Marke?
- Welche Farben sind dominant, welche Bildsprache verwendet die Marke?
- Hier hilft es uns, wenn wir statt Formulierungen kleine Bilder einsetzen.

BRAND PERSONALITY

Wie tritt die Marke auf? Nahbar oder distanziert? Locker und salopp oder seriös und professionell? Wenn die Marke ein Typ wäre, würde sie Duzen oder Siezen.

MARKETING- STRATEGIE

Was ist das Ziel ihrer Marke und wie ist der Plan, um dieses Ziel zu erreichen? Welche Medien werden eingesetzt, in welcher zeitlichen Reihenfolge?