



**GNL Ventures** X Campus M21

# Today



# Brand Identity vs. Brand Image



# **Brand Identity**

Vision

Werte

Herkunft

Persönlichkeit

Kompetenzen

Leistungen

© 2020 GNL Ventures by Georg Reifferscheid

#### **Vision**



#### Herkunft



#### Werte



Grundüberzeugen, für die die Marke, das Unternehmen, Führungskräfte & Mitarbeiter stehen





Gesamtheit menschlicher Eigenschaften, die Konsumenten mit der Marke verbinden



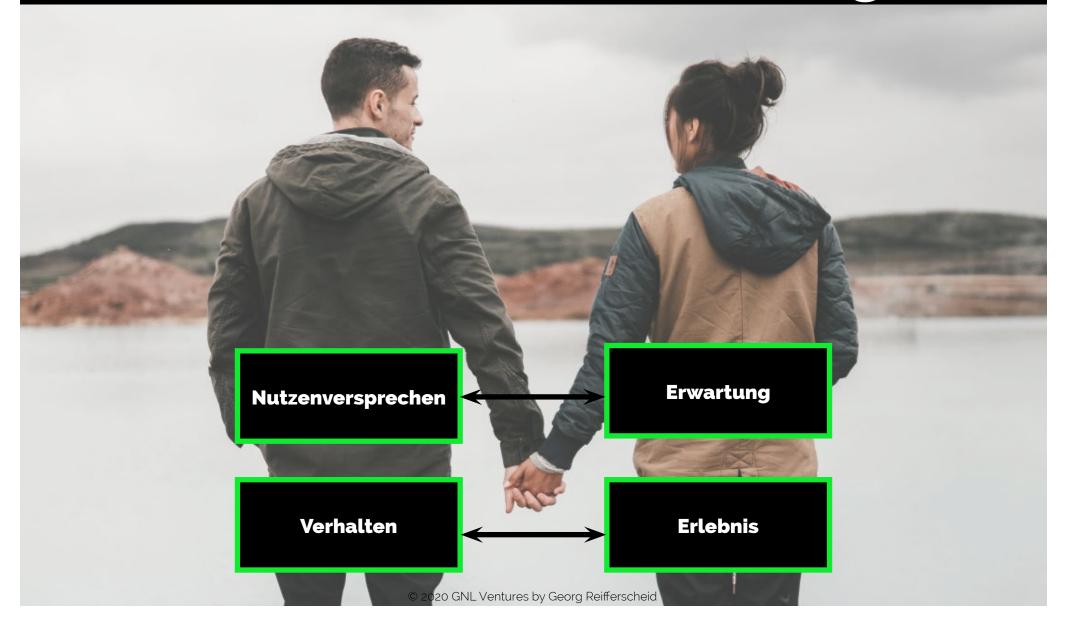


Kombination aus Fähigkeiten & Ressourcen, die Marke einzigartig machen





# Marke-Kunde-Beziehung



#### mage



In den Köpfen der Zielgruppe verankertes Vorstellungsbild einer Marke

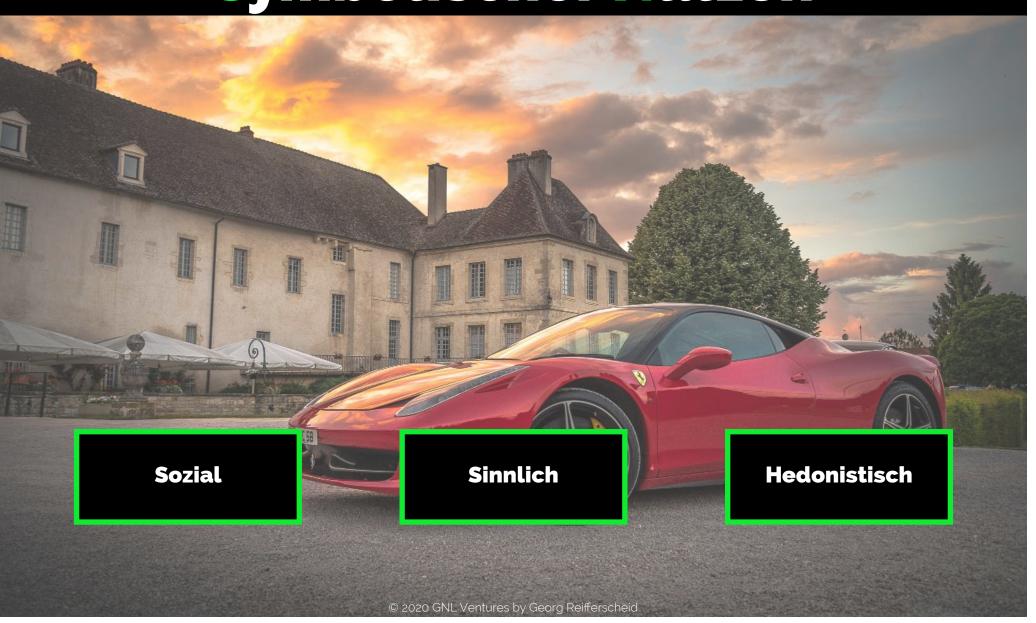




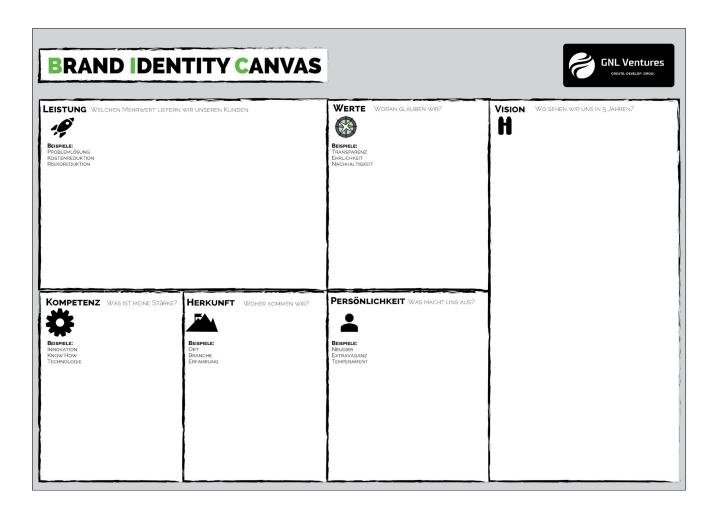
Subjektiv wahrgenommenes Wissen der Konsumenten über die Marke



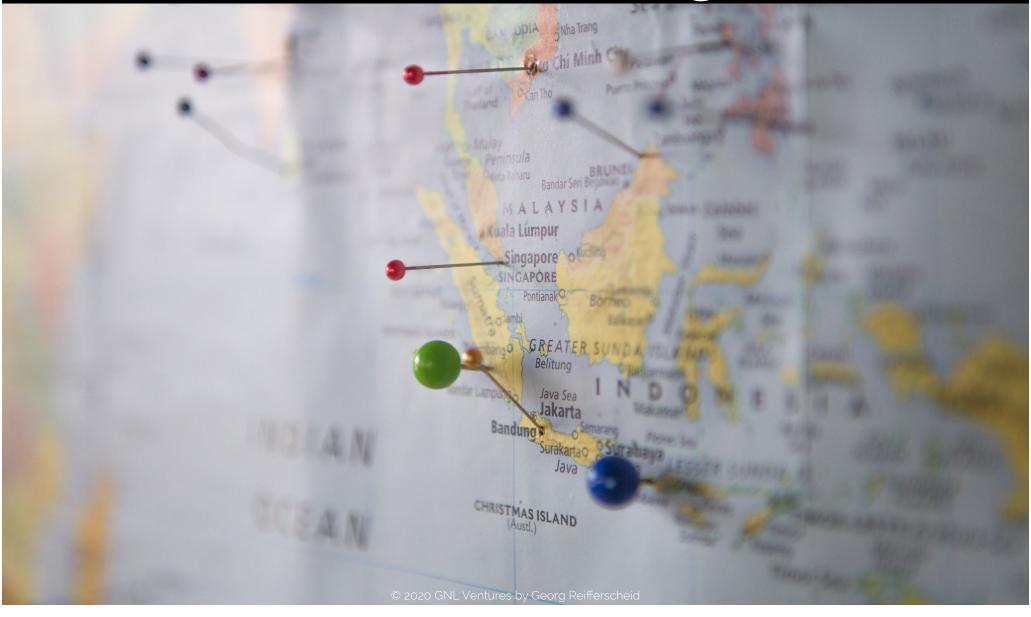


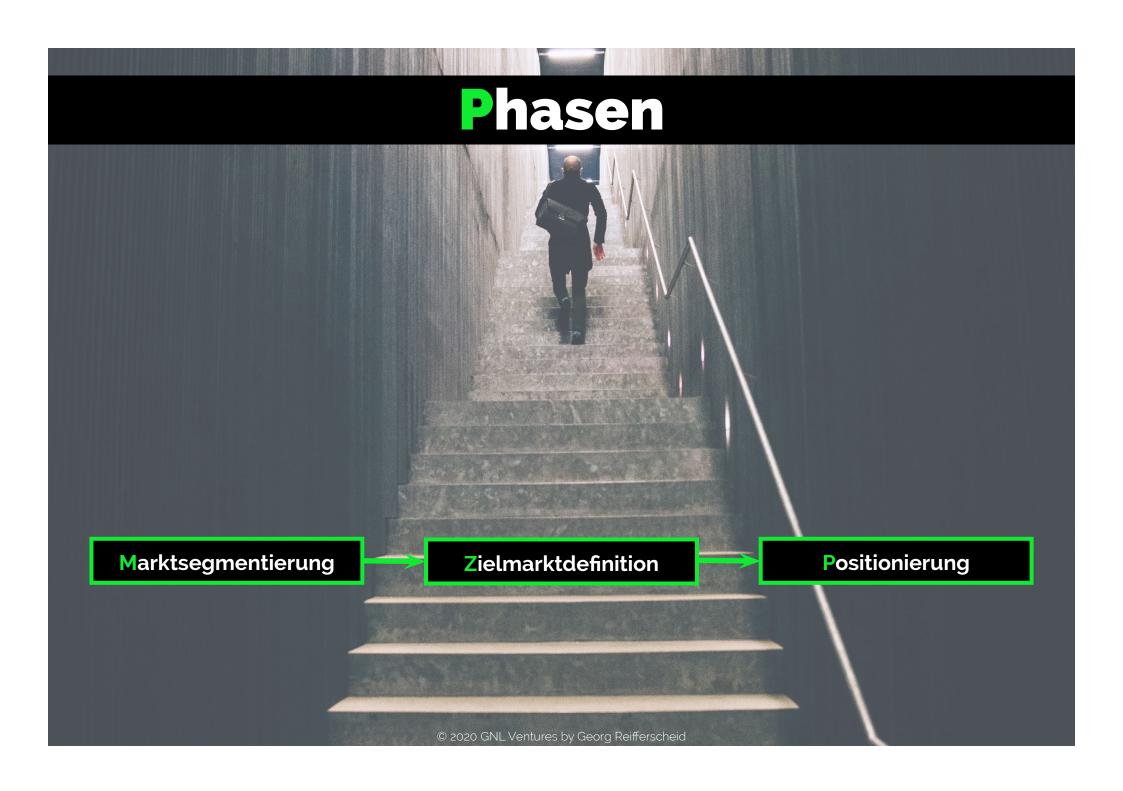


#### **Brand Canvas**

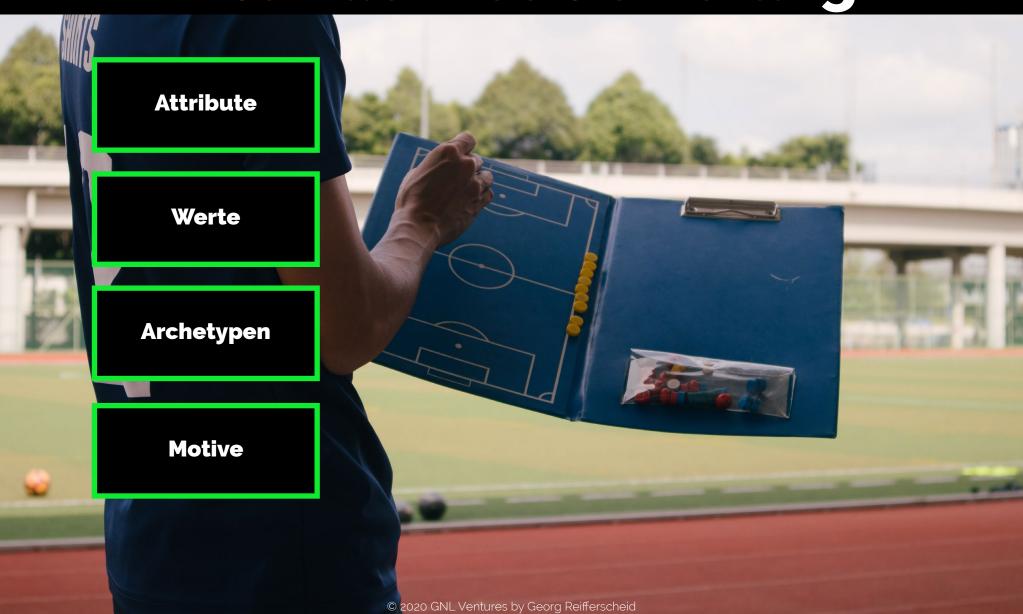








# Arten der Positionierung



# Qualitätskriterien

**Einzigartigkeit** 

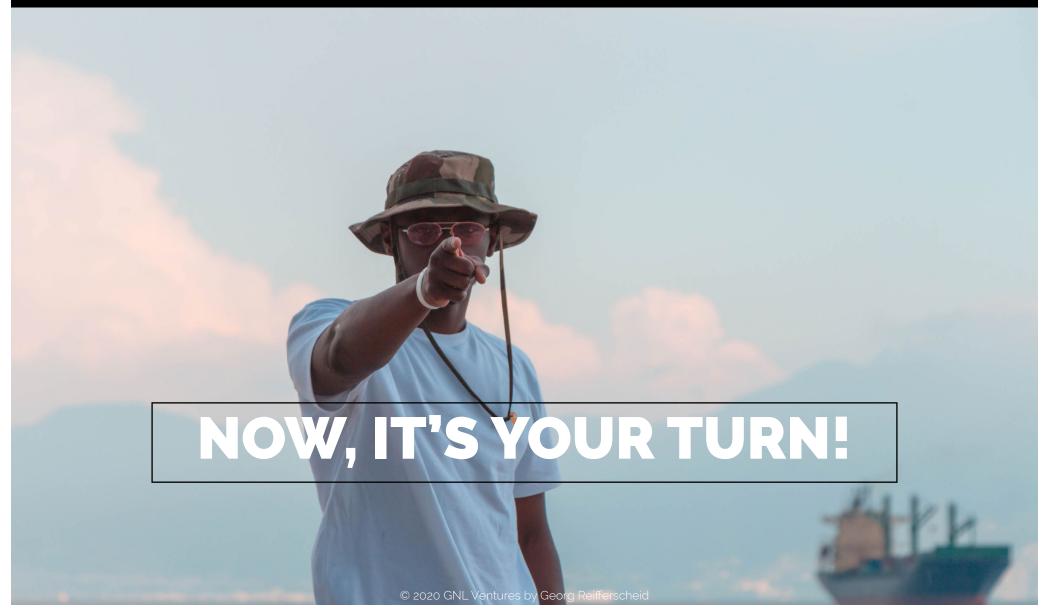
Glaubwürdigkeit

Relevanz

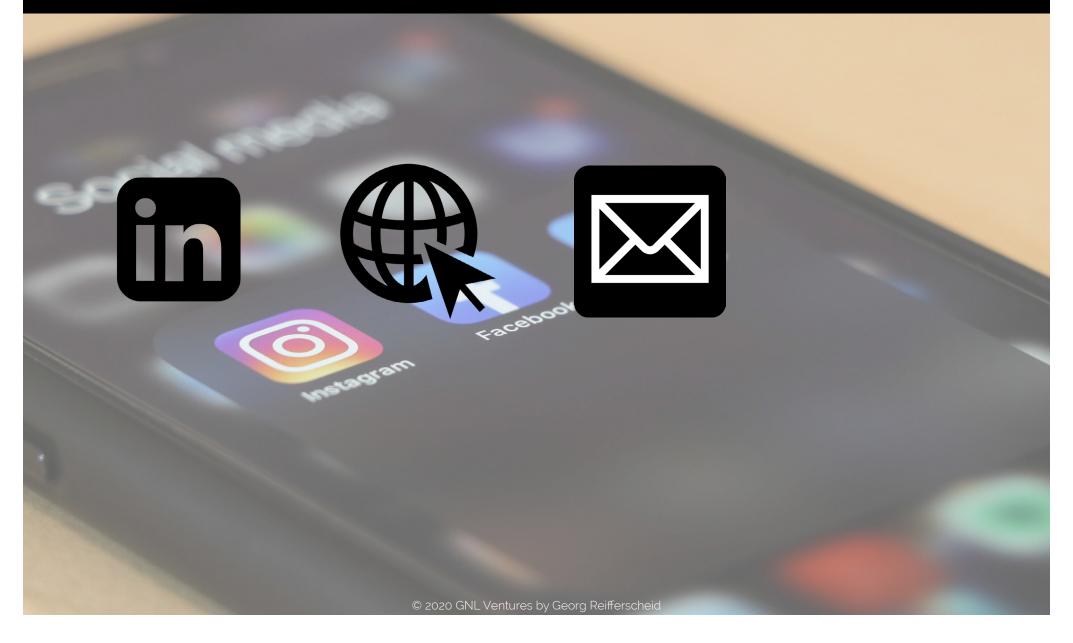
Fokus

Kontinuität

Q&A



# Connect



# Good Bye

# Thank Woul

© 2020 GNL Ventures by Georg Reifferscheid