brandsync®

Die führende B2B und Employer-Brand-Management Lösung.

Wir bieten 20 Jahre B2B Marketingerfahrung auf Ebene Strategie und Kommunikation, 10 Jahre neuro- und kognitionswissenschaftliche Spezialisierung und 3 Jahre Expertise in den Themen KI und Psychological AI.

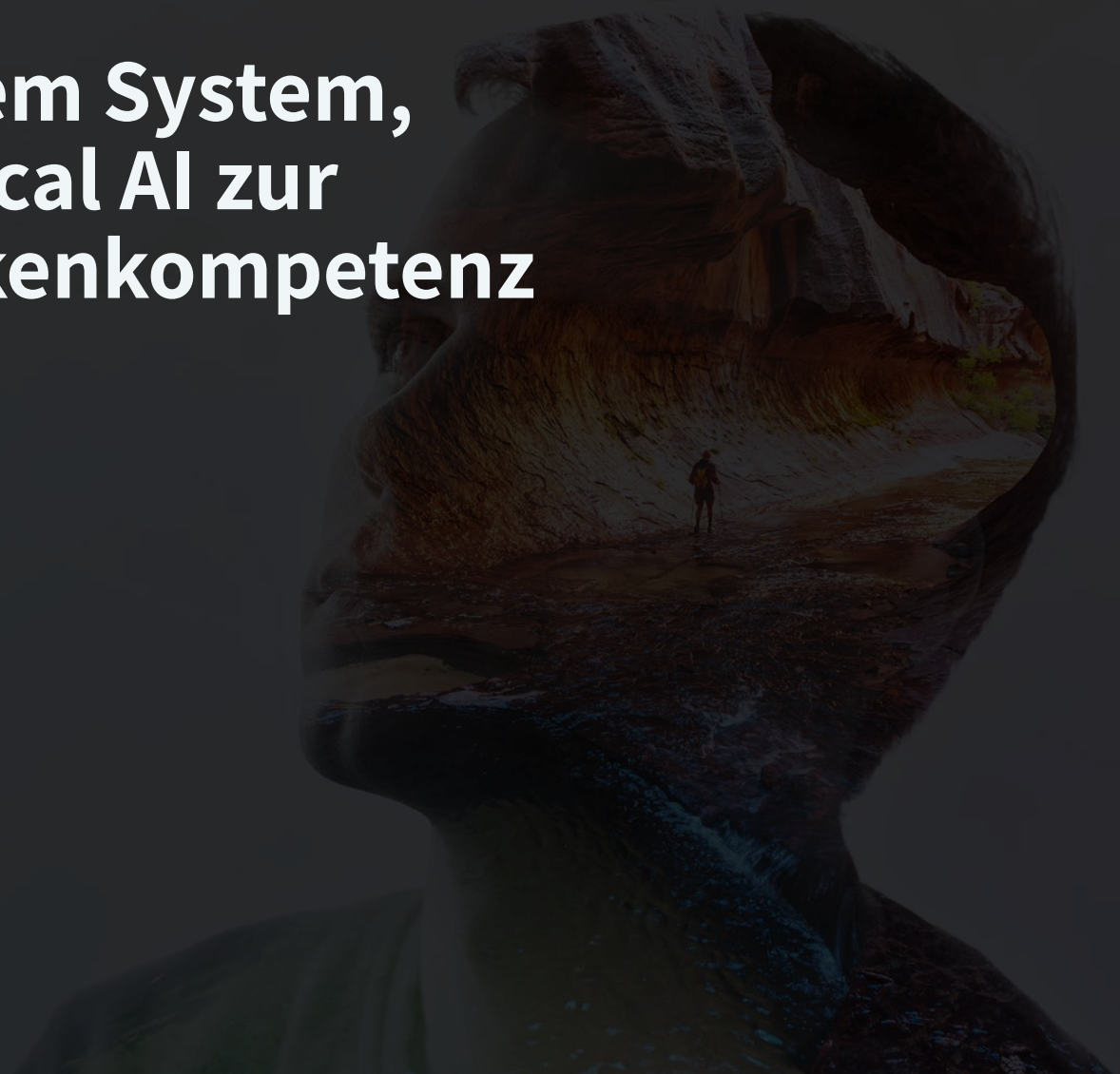
Und das alles mit einem Ziel:
Der Synchronisierung von Menschen, Marken und Medien.

brandsync®

brandsync®

01

B2B Marketing – mit internationalem System, KI und Psychological AI zur emotionalen Markenkompetenz



Customer-Centricity-Denke als Dreh und Angelpunkt des Erfolges

Wir spüren es bei all unseren Industrie- und B2B Kunden – unabhängig davon ob sie aus der Automobil, Fahrzeugbau, Industrie, Maschinenbau, Medizintechnik, Agrar oder Chemie-Branche kommen. Es herrscht ein Gefühl von Aufbruch gepaart mit einem hohen Maß an Verunsicherung oder sollen wir eher sagen Unsicherheit?

Der globalisierte Markt, verändertes Kundenverhalten und steigende Kundenansprüche, der wachsende Wettbewerb und neue Kommunikationswege führen zu vielen Herausforderungen, u.a. der Notwendigkeit einer erhöhten Professionalisierung im Gesamtauftritt des Unternehmens. Welcher Weg ist der richtige, wie kommuniziert man erfolgreich mit seinen Kunden, welche digitalen Technologien und Lösungen werden gebraucht und sind auch morgen noch relevant? Wie sollen Daten sinnvoll vernetzt werden, um individueller mit den Kunden zu kommunizieren? Es stellen sich viele Fragen.

Es gibt hier sicherlich nicht die Pauschalantwort. Aber eine Pauschalerkenntnis: ohne eine Customer-Centricity-Denke, ohne eine konsequente Ausrichtung der Gesamtvermarktung von Industrie-Unternehmen auf klar, verifizierte Kundenbedürfnisse ist es schwer, die richtige Antwort zu finden.

Bisher gab es aber kein sinnvolles Brand-Management-Tool für B2B Unternehmen, das Markenwahrnehmung, Zielgruppenanalyse, Contentanalyse und -produktion, Vertriebsunterstützung sowie die digitale Personalisierung in einem System vereint. Das neben klassischen Brand Management Aufgaben auch bei dem immer wichtigeren Thema des Employer Branding genutzt werden kann. Das zudem darauf basiert, zu jeder Zeit die emotionalen und motivationalen Hintergründe aller Entscheidungen und Wahrnehmungen zu evaluieren. Und das methodisch validiert und und KI wie auch Psychological AI unterstützt ist.

brandsync springt in diese Bresche und ermöglicht es Ihnen, Markenkommunikation effizient und zielgerichtet umzusetzen.

- Nicht nur aus rationaler, sondern vor allem aus emotionaler Perspektive heraus zu wissen, wann eine Markenbotschaft stimmig ist.
- Und gerade deswegen von Kunden als auch Mitarbeitern nachvollziehbar miterlebt werden kann.
- Über alle Kommunikationskanäle zum Kunden oder beim Einsatz für das Employer Branding greift.

brandsync gibt Ihnen dabei den Weg vor, wie Ihre Markenkommunikation entlang Ihrer Customer Journey die richtige individuelle Aufladung erhalten kann. Versetzt Sie zudem mit unseren Psychological AI Modulen in die Lage, Ihren Markenauftritt immer marken- und zielgruppengerecht umzusetzen.

02

Das macht brandsync einzigartig

B2B Kompetenz trifft auf strategischen Weitblick und digitalen Pioniergeist

brandsync ist speziell auf die Marketingbedürfnisse der B2B Markenkommunikation ausgerichtet. Der Vorteil von brandsync ist, dass sowohl Marken-, Vision, -Leitbild, -Leistungsversprechen und -Positionierung in den Kontext von unbewusst-emotionalen Denk- und Wertewelten eingebettet wird. Und das sich daraus nicht nur unmittelbar strategische Erkenntnisse ergeben, sondern auch direkte Ableitung bis hin zu Fragestellungen bzgl. der optimalen Umsetzung Ihrer Digitalstrategie, Technologielandschaft und Content-Marketing-Realität.

brandsync ist somit nicht nur eine Strategiemethode, sondern eine praxisorientierte B2B Brand- und Employer-Branding-Management-Suite.

Emotional Branding, weil Sie damit wirklich punkten

Mit brandsync werden die emotionalen Denkweisen der Markenbotschafter als auch die Ihrer Zielgruppen in den Fokus der Betrachtung gerückt. Wobei wir unter Zielgruppe auch Ihre jetzigen oder zukünftigen Mitarbeiter verstehen.

Eine Markenstrategie, die auf diesen Erkenntnissen aufbaut, ist faszinierender, nachvollziehbarer, erlebbarer, greifbarer und schafft im Unternehmen und bei den Zielgruppen ein einheitliches Markenverständnis.

brandsync ermöglicht es Ihnen, direkt ins Herz Ihrer Kunden zu zielen.

Synchronisation von Menschen, Marke und Medien

Durch die brandsync-Management-Suite können Sie unmittelbar erarbeiten, wie Sie zielgerichtet in der Markenbildung, -führung, -kommunikation, im Vertrieb und in allen Markenkontaktpunkten vorgehen können. Praxisnaher geht es nicht.

brandsync macht Sie in Ihrer Umsetzung direkter und damit effektiver.

Die brandsync-KI und Psychological AI unterstützt von der Analyse bis hin zu Ihrem Kommunikationserlebnis

Mit der brandsync-KI und Psychological AI powered by 100Worte analysieren und kategorisieren wir Ihre digitalen Markeninhalte und werten gleichzeitig aus wie über Sie im Netz gesprochen wird. Dabei fördern wir sowohl die emotionale Ladung der Inhalte, als auch die motivationale Intension zu Tage. Basierend auf diesen Analysen und Erkenntnissen generieren wir unmittelbare Ableitungen für Ihre Markenstrategie.

Ganz konkret: Welche motivationale Tonalität weist Ihr Content auf? Passt dieser zu den Motiven und Emotionen, die Ihre Marke wecken möchte? Sind das eher neugierige Entdecker oder analytische Bewahrer? Finden Sie's heraus und setzen Sie dieses Wissen gezielt ein, um sich im Herzen Ihrer Zielgruppen zu verankern und von Ihrem Wettbewerb abzusetzen.

Übrigens, wir haben sogar mit dem brandsync 100Worte Content-Manager ein Echtzeit-Tool, mit dem Sie Ihre Content-Strategie immer richtig aufladen.

brandsync ist einfach intelligenter Dank KI und Psychological AI.

Mehr als nur Strategie und Kommunikation

Die beste Grundlage für Ihren Erfolg: die richtige Strategie. Aber zu oft verpuffen selbst die besten Ideen in der operativen Umsetzung.

Mit brandsync wird das nicht passieren. Als Teil der trio group – eine der führenden B2B Vermarktungs-Agenturen in Deutschland – und Gründer des internationalen brandsync Netzwerks sind wir nicht nur Berater, sondern Ihr idealer Kommunikationspartner. Wir stehen Ihnen als Vordenker und Begleiter zur Seite. Wir sind Ihre Toolbox-Entwickler und Planer, Ihre Motivatoren und Bewerter. Wir punkten als Programmierer und Gestalter. Wir sind Wortmacher sowie Schrittgeber und wir ziehen mit Ihnen an einem Strang. Immer emotional richtig – immer richtig erfolgreich.

Mit brandsync machen Sie aus der richtigen Strategie richtig gute Kommunikation.

03

brandsync – die perfekte Unterstützung in Marketingthemen

- B2B Analytics
- B2B Strategie
- B2B Brand-Management
- B2B Kommunikation
- Employer Branding

Das leisten wir in der Kommunikationsberatung

B2B Analytics

- **Markenmarktforschung**
  Sie sind nicht sicher, ob Sie Ihre Zielgruppe mit Ihrer Markenkommunikation erreichen? Hierfür bietet brandsync implizite Erhebungsmethoden, die Ihnen transparent und deutlich das Markenerlebnis Ihrer Zielgruppen aufzeigt.

- **brandsync-KI-Markenmonitoring**
  Unsere brandsync KI powered by 100Worte zeigt Ihnen auf, wie und durch wen Ihre Marke in der digitalen Realität emotional wahrgenommen wird. Das ersetzt im Einzelfall keine direkte Marktforschung, kann aber in vielen Fällen eine ausreichende Grundlage für ein ganzheitliches Marken-Monitoring darstellen.

B2B Strategie

- **Leitbildentwicklung**
  Welche Werte machen Ihre Marke aus? Wie werden diese von Ihrer Zielgruppe emotional verstanden und interpretiert? Mit brandsync holen Sie sich diese Werte ins Bewusstsein und lernen, diese zielgerichtet in Ihr Leitbild einzubauen.

- **Markenpositionierung**
  brandsync zeigt Ihnen die emotionalen und motivationalen Denkweisen Ihrer Zielgruppe und deckt Differenzierungspotenziale auf.

B2B Brand-Management

- **Markenführung**
  Mit der brandsync-Methode erhalten Sie ein Markensteuerungsmodell, mit dem Sie Ihre Marke über alle Markenkontaktpunkte sicher auf den emotionalen Belohnungszentren Ihrer Zielgruppen ausrichten.

- **Markenarchitektur**
  Mehrere Marken zu führen, führt zu mehr strategischer Planung. brandsync ist das ideale Instrument, um die genau für Sie richtige Struktur zu erarbeiten.

- **Markenkommunikation**
  Synchronisieren Sie mit brandsync Ihre Marke von Marketing, Kommunikation bis hin zum Vertrieb. Stellen Sie mit der brandsync-Methode Ihre Markenkonsistenz sicher.

Das leisten wir in der Kommunikationsberatung

B2B Kommunikation

- **Entwicklung von Kommunikations-kampagnen**
  brandsync ermöglicht es Ihnen, Ihre Kommunikationskampagnen perfekt auf die emotionalen Belohnungstypen Ihrer Zielgruppe auszurichten.

- **Content-Marketing**
  Nicht nur können wir Ihnen den richtigen Content und die dahinterliegende Strategie entwickeln, wir haben mithilfe des brandsync 100Worte Content-Manager auch ein Tool, mit dem Sie Content in Echtzeit strategisch richtig und emotional verfassen können.

Employer-Branding

- **Employer Value Proposition**
  Mit brandsync können Sie noch effektiver und direkter im Kampf um die richtigen Mitarbeiter Punkten. Der Weg dahin: Der richtige Prozess, die richtigen Insights, das emotional richtige Ergebnis.

- **Employer Brand Content**
  Mittels der brandsync-KI powered by 100Worte können Sie u. a. Ihren Employer Content oder Ihre Stellen-anzeigen strategiekonform aufladen und synchronisieren.

brandsync®

04

Emotionen sind Macht – auch im B2B Bereich

Alle wissen um die Macht der Emotionen im Marketing, nur im B2B Marketing wehrt man sich oft noch dagegen. Ein Fehler, den Sie mit brandsync umgehen.

Die emotionale Komponente als wichtigster Entscheidungstreiber

Seien Sie ehrlich zu sich selbst und hinterfragen Sie Ihre Entscheidungen fünf Mal, welche Begründung bleibt Ihnen übrig? Oder, wie haben Sie sich für Ihren Partner entschieden? Es gab sicherlich viele Gründe, aber wenige davon sind rational begründbar. Und, die meisten Ihrer Entscheidungen haben Sie unbewusst gemacht, somit ohne ein intensives Evaluieren und Hinterfragen.

Wie bereits der renommierte Neurowissenschaftler Antonio Damasio in seinen klinischen Studien ermittelte, haben alle Entscheidungen eine emotionale Komponente, ohne diese ist es uns sogar unmöglich Entscheidungen zu treffen. In 80-95 % der Fälle ist die emotionale Komponente schlichtweg der Entscheidungstreiber (s. Abb. 1). Und, diese Entscheidungen erfolgen zudem sehr unbewusst und unmittelbar. Ohne viel Zutun von Ihnen selbst.

Warum ist das Thema Emotionen und unbewusste Entscheidungsfindung so ein wichtiges Thema für das B2B Marketing? Weil Sie auf die Wahrheit, die Bedeutung von Emotionen reagieren müssen, sonst reduzieren Sie die Durchdringungskraft Ihrer Kommunikation.

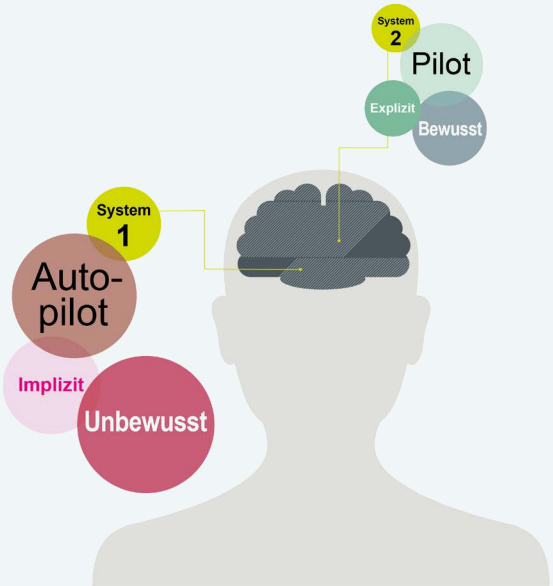
Denn Ihr B2B Hintergrund verändert natürlich nicht die Regeln wer und wie wir Menschen sind. Dies zeigte u.a. 2011 (Haehnel, C.) eine Studie mit 104 Buying-Center auf: Auch bei B2B Entscheidungen sind Emotionen maßgeblich das Fundament für die als rational beschriebene Kaufentscheidung. Übrigens, dabei ist es komplett egal ob ein Service oder ein Produktionsgut eingekauft wurde.

Abb. 1

Sie müssen mit Ihrer Marke und Ihrer Kommunikation den Autopiloten von sich überzeugen. Bei dieser Überzeugungsarbeit hilft Ihnen brandsync.

Autopilot: Wir sehen eine Person oder eine Marke und wissen fast augenblicklich, dass wir diese mögen oder nicht, wir finden sie sympathisch oder unsympathisch. Wir haben sofort eine Meinung, die sich auf unser Verhalten auswirkt. Der Autopilot ist in vollem Gange. Seine Charakteristika sind: das Denken verläuft schnell, automatisch und mühelos. Er verknüpft Vorstellungen und Reize, die wir von Personen oder Marken aufnehmen zu einer scheinbar in sich stimmigen, plausiblen Geschichte.

Der Autopilot arbeitet vollkommen emotional, er ist also der emotionale Filter, wie wir unsere Umwelt wahrnehmen.



Pilot: Dieser erhält permanent vom Autopiloten emotional vorgefilterte Assoziationen von Vorstellungen, Eindrücke, Intuitionen und Impulsen. Diese kann er akzeptieren und somit ein bestimmtes Verhalten auslösen oder diese blockieren und überprüfen, wenn beispielsweise Vorschläge vom Autopiloten irritierend sind oder wir diese gezielt nochmals überdenken wollen. Der Pilot arbeitet, wenn wir uns aktiv mit etwas auseinandersetzen (z.B. Argumente hinterfragen oder eine Rechenaufgabe wie 17 × 24 lösen, also bewusst und aktiv unsere Aufmerksamkeit auf etwas richten). Charakteristika vom Piloten sind: arbeitet langsam, ermöglicht zielgerichtete Aufmerksamkeitssteuerung und gezieltes Hinterfragen der dargebotenen Informationen. Einer der wichtigsten Aspekte dabei ist, dass er viel Energie benötigt und daher sparsam von uns eingesetzt (der „faule“ Kontrolleur) wird.

In den meisten Fällen akzeptiert er die emotionalen Vorschläge des Autopiloten.

Kein Autopilot ist wie der andere. Damit beginnt die Kernfrage jeder Marken-Strategie: Welche Geschichte sollte Ihre Marke erzählen?

Menschliches Verhalten lässt sich nach wie vor nur schematisch und sehr vereinfacht im Modell darstellen. Nichtsdestotrotz bieten uns viele Modelle auf Basis der Persönlichkeitspsychologie als auch der Evolutionspsychologie, die seit langen Jahren Einzug in die Personal-, Team- und Vertriebsschulung gehalten haben, gute Annäherungsmöglichkeiten.

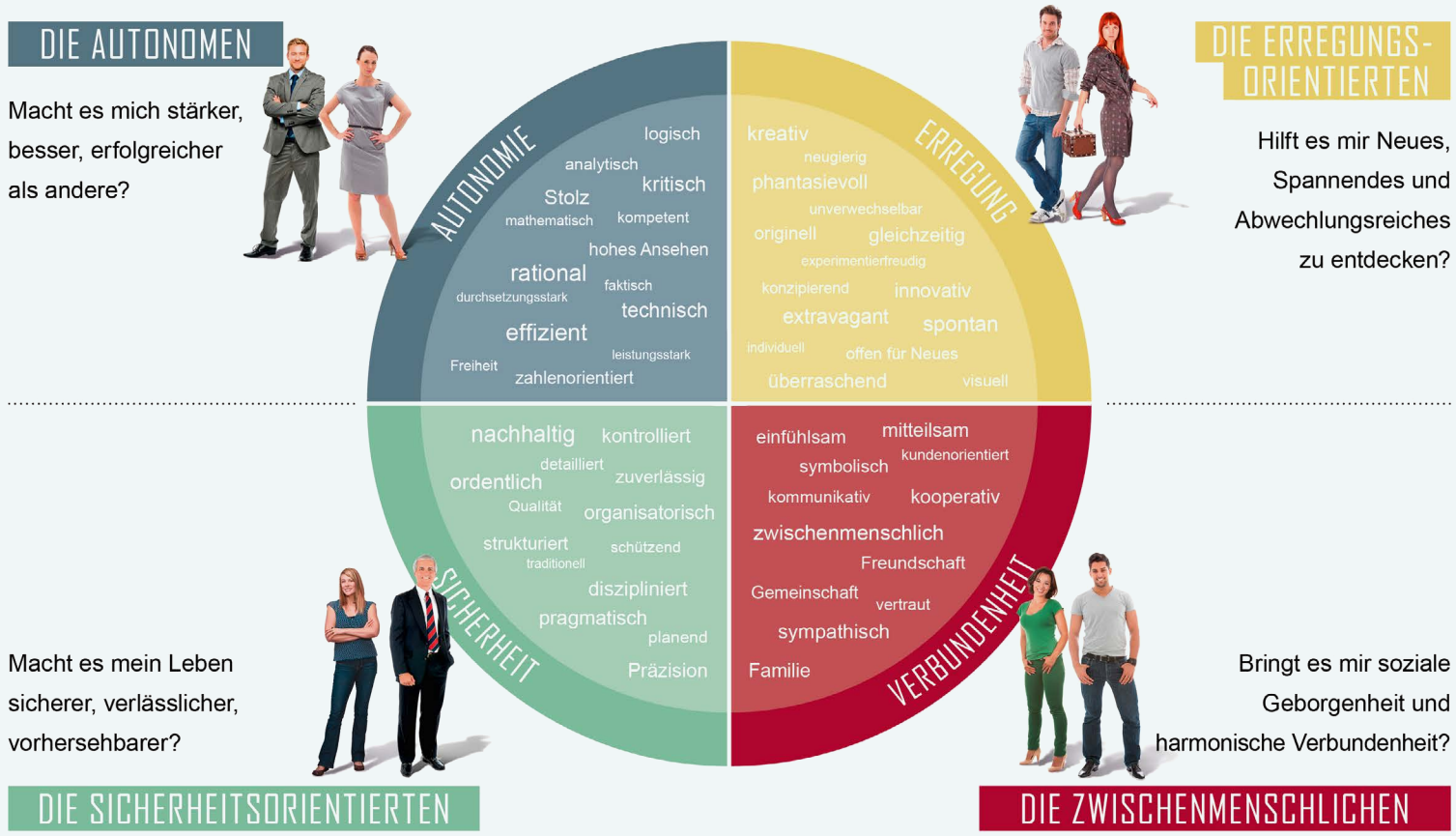
brandsync hat die für das B2B Marketing relevanten Kundengruppen herausgearbeitet und die für das B2B Marketing relevanten Wertestrukturen erforscht, verifiziert und verankert.

Käufergruppen benennen und gezielt ansprechen können

Auf Basis etablierter Persönlichkeitsmodelle und unserer vertiefenden Forschungen, haben wir die vier – **wir nennen sie SyncTypes** - für das B2B Marketing relevanten Käufergruppen erforscht, verifiziert und damit messbar gemacht.

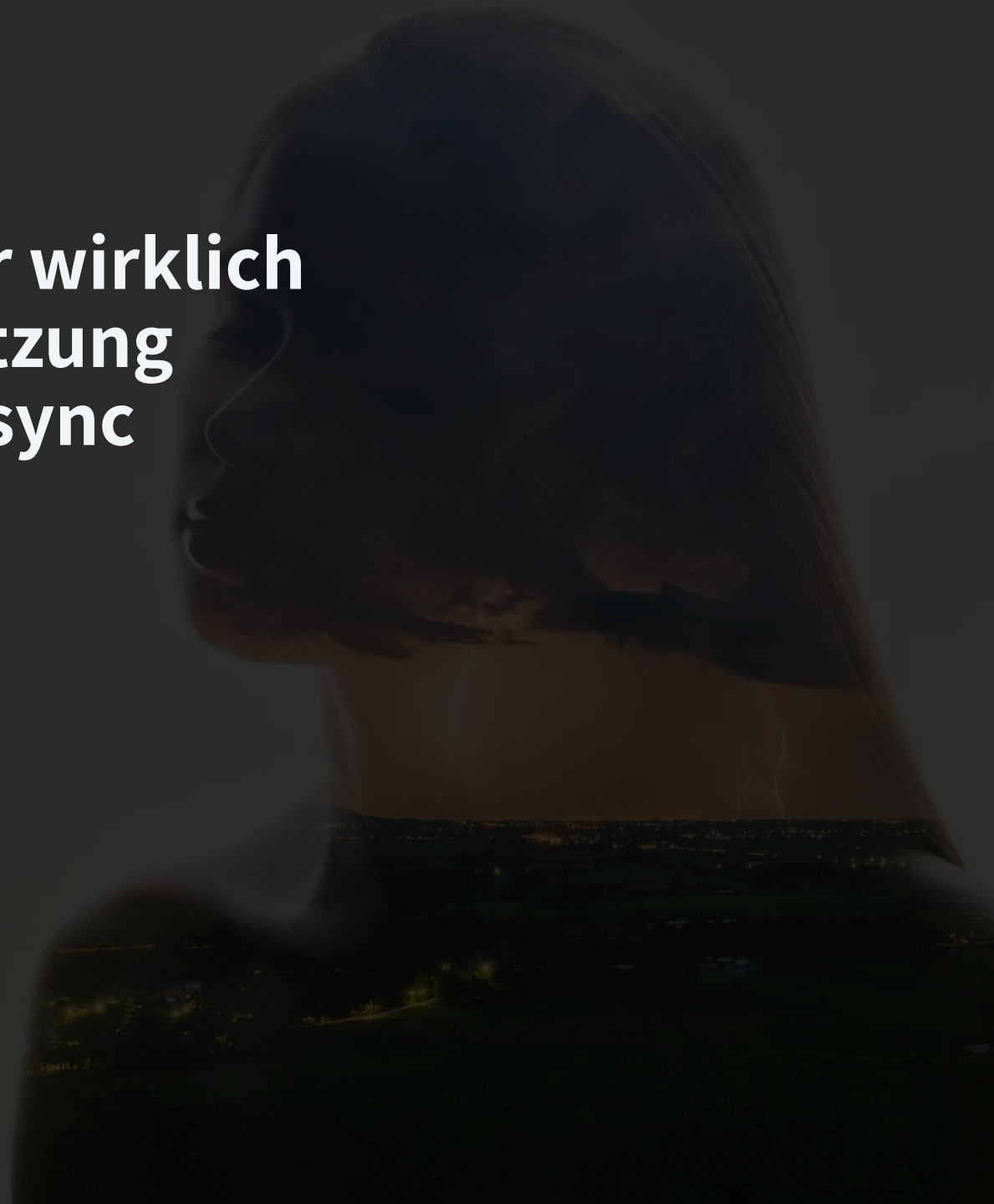
Das Ergebnis: Komplexe Themen und Sachverhalte werden in unserer SyncMap praxisnah übertragen und nutzbar gemacht.

- **SyncTypes:** Welche Zielgruppen gibt es?
- **SyncValues:** Welche Werte sind im B2B Marketing von Relevanz?
- **SyncProfile:** Wie sieht ein ideales Profil von Marke und/oder Kommunikation aus?



05

Von der Theorie zur wirklich praxisnahen Umsetzung mithilfe von brandsync



Konzentrieren wir uns jetzt auf einige typische strategische und operative Themen rund um Ihren B2B Marketing-Alltag, bei denen wir Ihnen mit brandsync den richtigen Weg aufzeigen können.

Steigerung Ihrer Kommunikationseffizienz durch ein richtiges Zielgruppenverständnis

Ein wichtiger Bestandteil der brandsync-Brand-Management-Suite besteht in der Messbarmachung. Denn nur so können Sie auch wirklich fundierte Management-Change-Entscheidungen treffen.

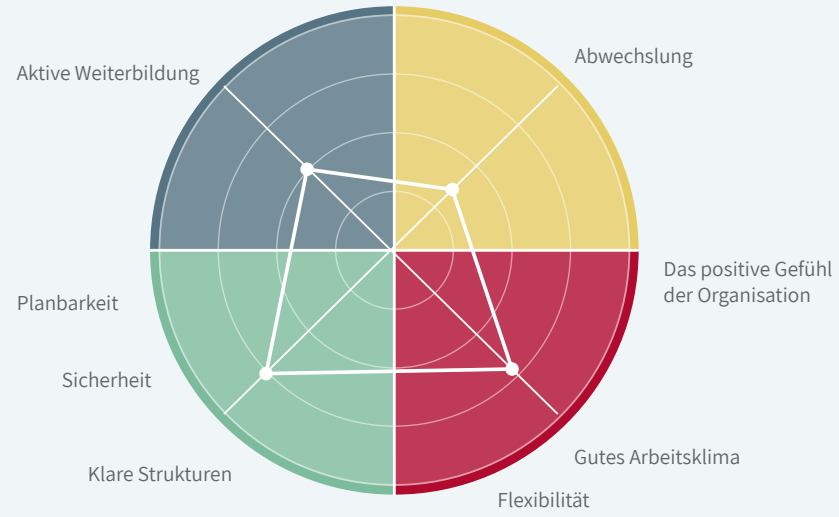
Dafür haben wir eine eigene Softwareplattform entwickelt, die sehr effizient Ihr Kundenumfeld evaluieren und bewerten kann. Unabhängig davon übrigens, ob die Zielgruppe Ihre Kunden oder Mitarbeiter sind. Mit dem gleichen Verfahren ermitteln wir ebenfalls Ihren Marken-Status Quo im Rahmen von z.B. Mitarbeiterbefragung in kürzester Zeit und ohne hohen Kostenaufwand. Ihr Vorteil dabei: Sie arbeiten konsequent und konsistent in einem System.

Mit brandsync ist es somit möglich, sich in die Denkwelten von Mitarbeitern und Zielgruppen zu versetzen.

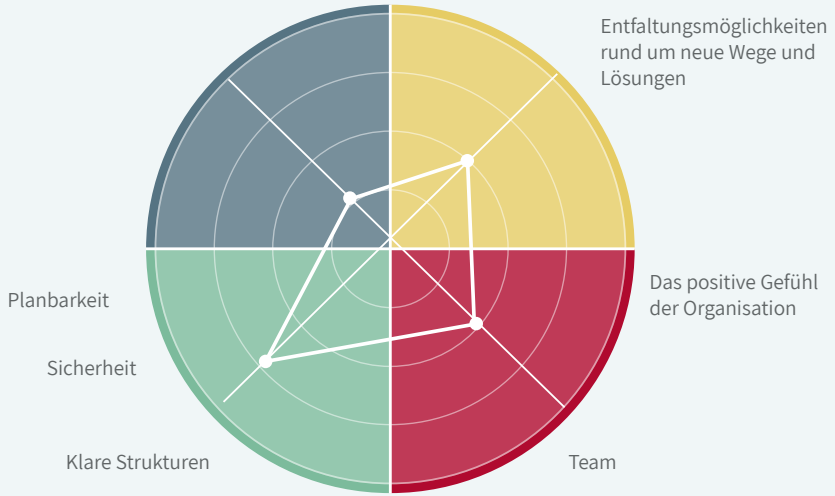
Und das war immer unser Ziel. Denn aufgrund unserer über 20-jährigen Erfahrung im B2B Bereich wissen wir, dass am eigentlichen Ort der Entscheidungen viele Personen mit unterschiedlichsten emotionalen Denkweisen (SyncTypes) vertreten sind.

Hier ein Beispiel aus dem Employer Branding Umfeld: Die emotionale Aufladung unterschiedlicher Personengruppen in einem Unternehmen zeigen sehr deutliche SyncTypes Unterschiede auf. Darauf sollte Ihre Kommunikation Rücksicht nehmen. Aber das können Sie natürlich erst machen, wenn Sie das Wissen darüber besitzen.

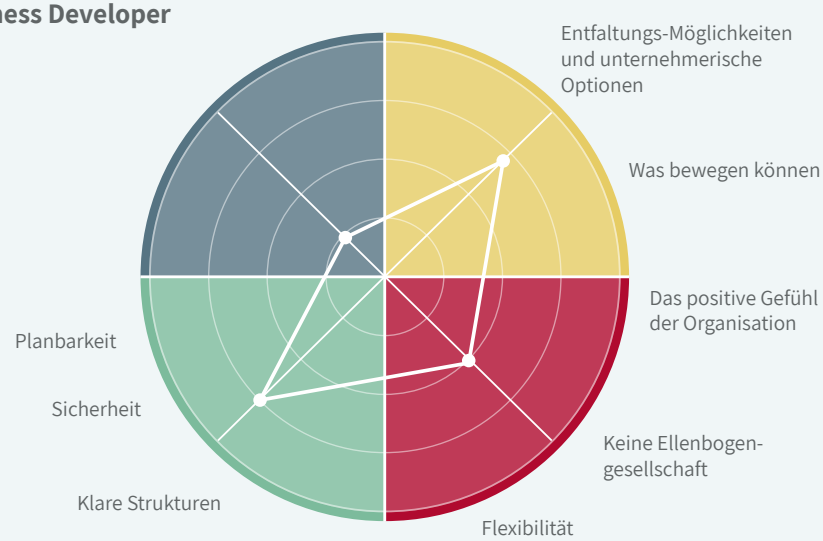
Mechaniker



Kaufmännischer Sachbearbeiter



Business Developer



Marken-Insights-Generierung durch Analyse Ihrer digitalen B2B Kommunikationsrealität mittels KI und Psychological AI durch den brandsync 100Worte Marken-Monitor

Worte haben immer eine Bedeutung. Sie sagen viel darüber aus, wer Sie als Mensch sind und wie Sie von Ihrem Umfeld wahrgenommen werden können. So kann man durch richtiges Zuhören in Kombination mit einer psychologischen Grundkenntnis mit sehr hoher Genauigkeit feststellen, welchem SyncTyp Sie persönlich zugeordnet werden können.

Eine derartige Vorgehensweise ist nicht mehr möglich, wenn wir über Marken und deren Kommunikationswirkung im digitalen Zeitalter reden. Jeder kann Content über Ihre Marke erstellen und in Sekundenschnelle publizieren. Noch dazu produziert Ihre Marke selbst entlang aller kommunikativen Kanäle eine große Menge an Inhalten in Form von geschriebenen Worten. Ein Eins-zu-eins-Hinhören ist da einfach nicht mehr möglich. Jedenfalls nicht, wenn sie mehr erfahren wollen, als das Klick- und Konversionsverhalten. Die psychologischen Treiber bleiben Ihnen dabei aber immer verborgen.

Um dennoch die psychologischen Motivatoren herausarbeiten zu können, haben wir den brandsync 100Worte Marken-Monitor entwickelt. Fühlt sich wie Magie an, ist aber modernste KI-Technologie in Kombination mit Psychological AI.

Mit dem brandsync 100Worte Monitor können wir:

- **Emotionales Zielgruppen-Targeting ermöglichen:** Wir erfassen die Inhalte Ihrer Kunden oder Anwender im z.B. Online-Umfeld und analysieren, welche SyncTypes sich dahinter verstecken.
- **Motivationales Zielgruppenverständnis:** Aus der Kommunikation Ihrer Kunden schließt unsere KI auf dessen emotionalen Zustand und deren motivationale Absicht. Wir zeigen Ihnen auf, ob Sie die Motive Ihrer Zielgruppe bedienen oder an ihnen vorbeikommunizieren.
- **Marken-Status-Quo analysieren:** Aus Ihren publizierten Inhalten sind wir in der Lage herauszufiltern, wie Ihre Marke emotional und motivational verstanden wird, also welche SyncTypes Sie momentan unbewusst adressieren. Auf diese Weise können wir ermitteln, wie konsistent Ihr Markenauftritt aufgesetzt ist.
- **Markenkommunikation bewerten:** Wir analysieren die von Ihnen verantwortete kommunikative Markenwahrnehmung und zeigen Ihnen auf, welchen emotionalen Load, welche emotionale Wirkung Sie damit erzielen und welche Potenziale es zu heben gilt.

Diese Informationen bieten die ideale Grundlage, um in einen vertiefenden Bewertungs- und, oder Entwicklungsprozess einzusteigen, um Ihre Markenrealität und Kommunikations-Performance Schritt-für-Schritt methodisch und datengetrieben zu optimieren.

Evaluierung Ihrer Status Quo- und idealen Marken-Sollpositionierung – A brand is like a person.

Sie und einfach jeder Mensch besitzt eine eigene Persönlichkeit, soweit klar. Sie definiert sich über unsere Besonderheiten, Fertigkeiten, Vorlieben und Abneigungen, ist die Summe aus rationalen und vor allem emotionalen Eigenschaften. Worüber wir nachdenken, was uns wichtig ist, wie wir kommunizieren, etc. beschreibt uns mehr als unser Alter oder unser Einkommen. Und durch unsere Persönlichkeit ist jeder von uns auf eine gewisse Art und Weise einzigartig.

Was macht Ihre Marke einzigartig, wodurch soll sie sich in Zukunft noch mehr auszeichnen?

Wir verwenden nicht zufällig den Begriff Markenpersönlichkeiten, wenn wir über die Aufladung von Marken, damit auch Ihre B2B Marke, reden. Denn auch B2B Marken müssen …

… nach außen strahlen.

… sich von Ihrer besten Seite zeigen.

… ein klares eigenständiges Profil vermitteln.

… idealerweise einzigartig sein.

… mehr als nur ein Logo oder eine Farbe sein.

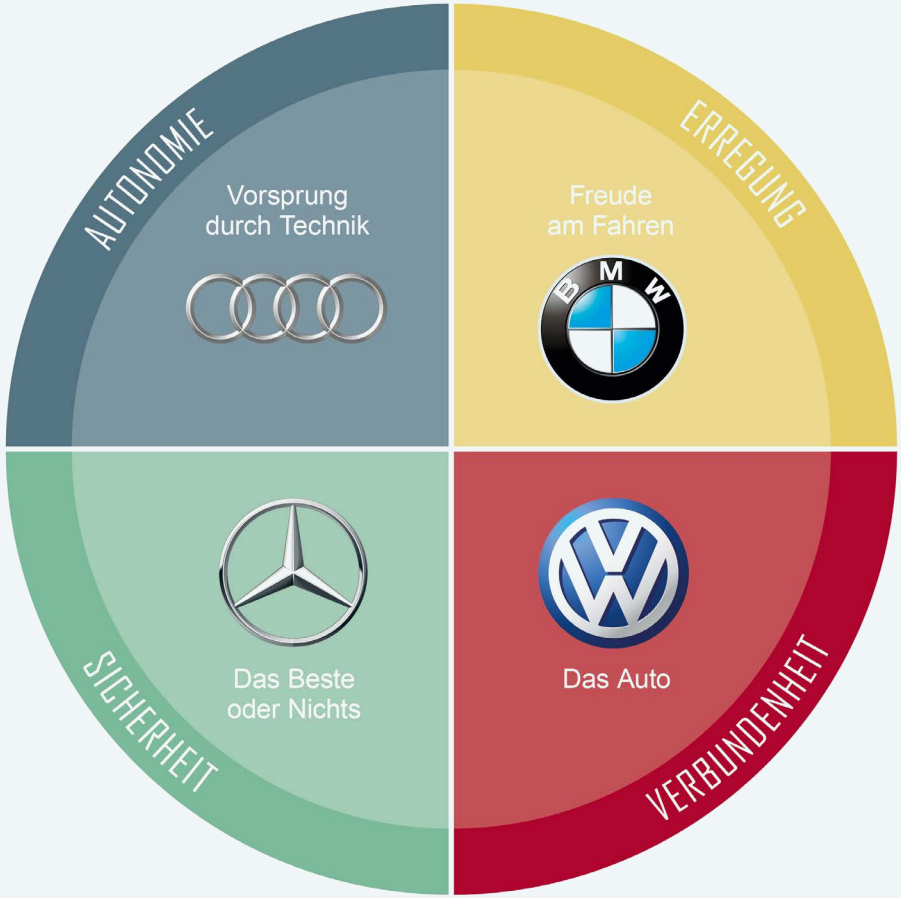
… damit klare und nachvollziehbare emotionale Eigenschaften besitzen.

Oder kurz gesagt: Sie müssen eine Seele haben, eine Persönlichkeit besitzen und eigenständig erlebbar sein.

A brand is like a person. Wenn das zutrifft, dann können Sie mit Erfolg darüber reden, für Ihre Kunden immer relevanter zu werden.

Genau hier kommt der emotionale Markenansatz von brandsync ins Spiel. Durch unser implizites, online-basiertes Abfragemodul, können wir effektiv und sehr effizient folgende Informationen generieren:

- **Marken-Status-Quo-Review:** Wie sieht das momentane Marken-Profil, wie sieht somit Ihr momentane Marken-Persönlichkeit und damit ihr SyncProfile aus? Befragt werden u.a. Ihre Kunden ganz oder Ihre Mitarbeiterbefragung , um eine fundierte Einschätzung Ihrer Marken-Persönlichkeit zu ermitteln.
- **Marken-Sollpositionierung:** Wir können nicht in die Zukunft schauen, aber mit unserer Vorgehensweise herausarbeiten, welches Markenprofil für Sie in der nahen Zukunft am erfolgversprechendsten wäre.
- **Wettbewerber-Benchmarking:** Analog können wir mit der gleichen Methodik eine unabhängige Bewertung der Marken-Realität Ihrer Wettbewerber durchführen.



Jede Automarke besitzt eine klare nachvollziehbare Markenpersönlichkeit, die dem von uns ermittelbaren SyncProfile entspricht. Wo ist momentan Ihre Marke positioniert? Wo sollte sie positioniert sein?

Entwicklung Ihrer idealen Markenpositionierung.

B2B Marken verkaufen nicht Träume, sondern Stärken. B2B Marken werden entwickelt, um die Organisation eigenständig, einheitlich und zielorientiert zu führen. Denn nur wenn Sie persönlich ein klares Bild davon haben, wer und was Sie am Markt sein wollen, können auch Ihre Kollegen oder Mitarbeiter genauso denken. Und nur dann können Sie auch im Verlauf der Zeit erwarten, dass auch Ihre Kunden sie dementsprechend wahrnehmen.

> **B2B Marketing ist immer auch ein Change-Prozess und damit eine elementare unternehmerische Waffe für eine effektive Vorwärtsstrategie.**

Und als Change-Lenker, -Macher und -Mitgestalter sollte brandsync grundsätzlich verstanden werden. Denn brandsync ist nicht nur eine Anzahl an Tools, es ist eine Management-Lösung, ein Team an Markenexperten und ein valider Prozess, an dessen Ende wir zusammen mit Ihnen die für Sie passende und differenzierende Markenpersönlichkeit erarbeiten.

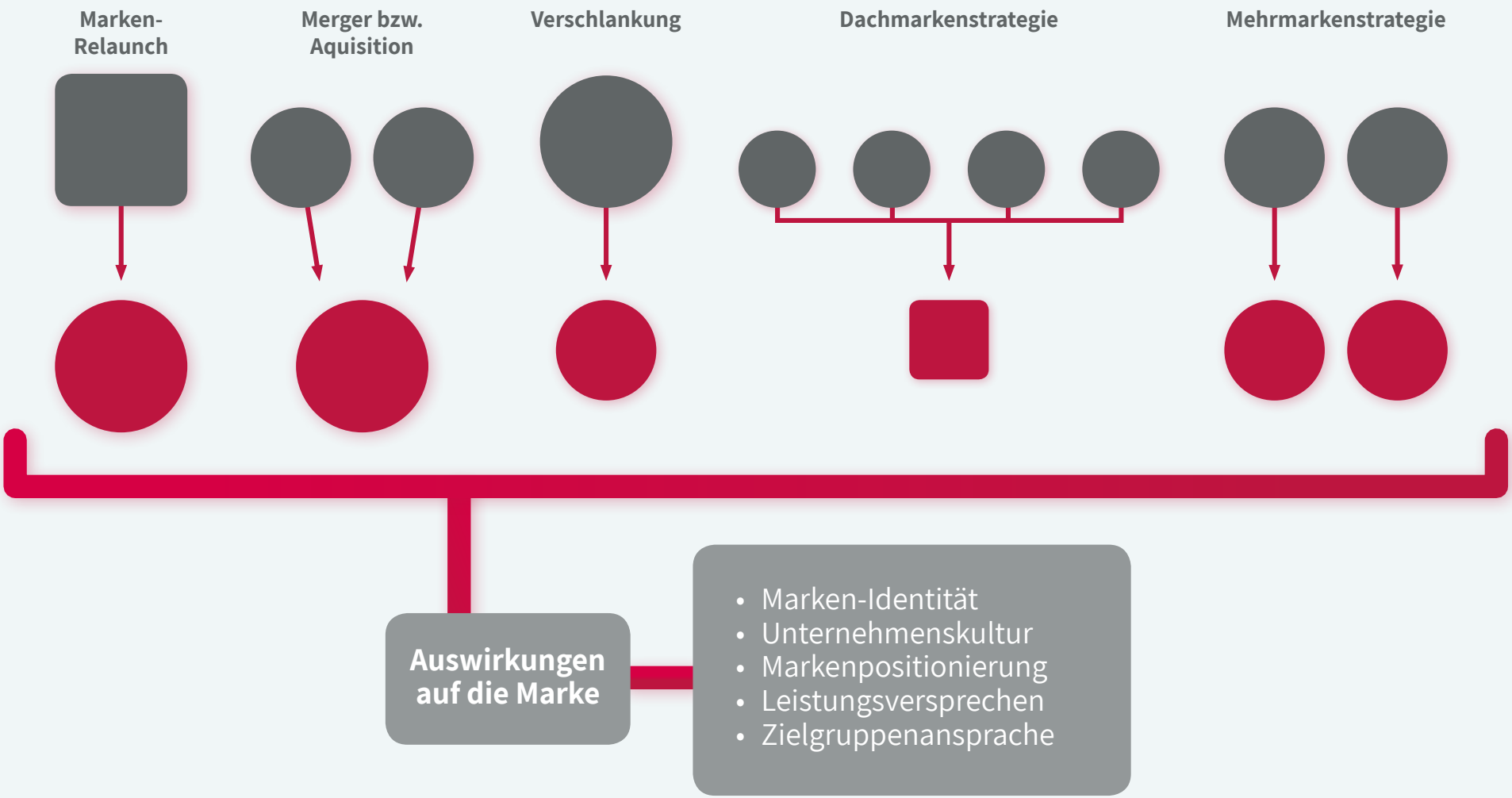
Folgen Sie unserem vierstrufigen brandsync-Marken-Entwicklungsprozess:

1. **Analyse:** Ohne Fakten und Insights können Sie keine gesicherten Entscheidungen treffen.
2. **Entwicklungs-Workshop:** Mit dem brandsync-Markenentwicklungs-Workshop haben wir einen Prozess der Zusammenarbeit entwickelt, der Ihre Organisation integriert und strategisch beschleunigt.

Unser Markensteuerrad: Damit haben Sie alle markenrelevanten Vorgaben immer im Blick.

3. **Strategie-Entwicklung:** Wir bieten Ihnen als Organisation mehr als Beratung und mehr als Kommunikation. Das ist der richtige Schlüssel bei der finalen Markenpositionierungs-Entwicklung.
4. **Kommunikationsumsetzung:** Und am Ende sind wir noch dazu in der Lage, Ihre zukünftige Strategie auch wirklich in die richtigen Kommunikationsbahnen zu lenken.

Auch bei komplexeren markenstrategischen Themen nutzen wir den brandsync Ansatz. Denn am Ende ist es immer eine Frage der richtigen Steuerung von Marke vs. Kundengruppen vs. Wettbewerb vs. Markt.



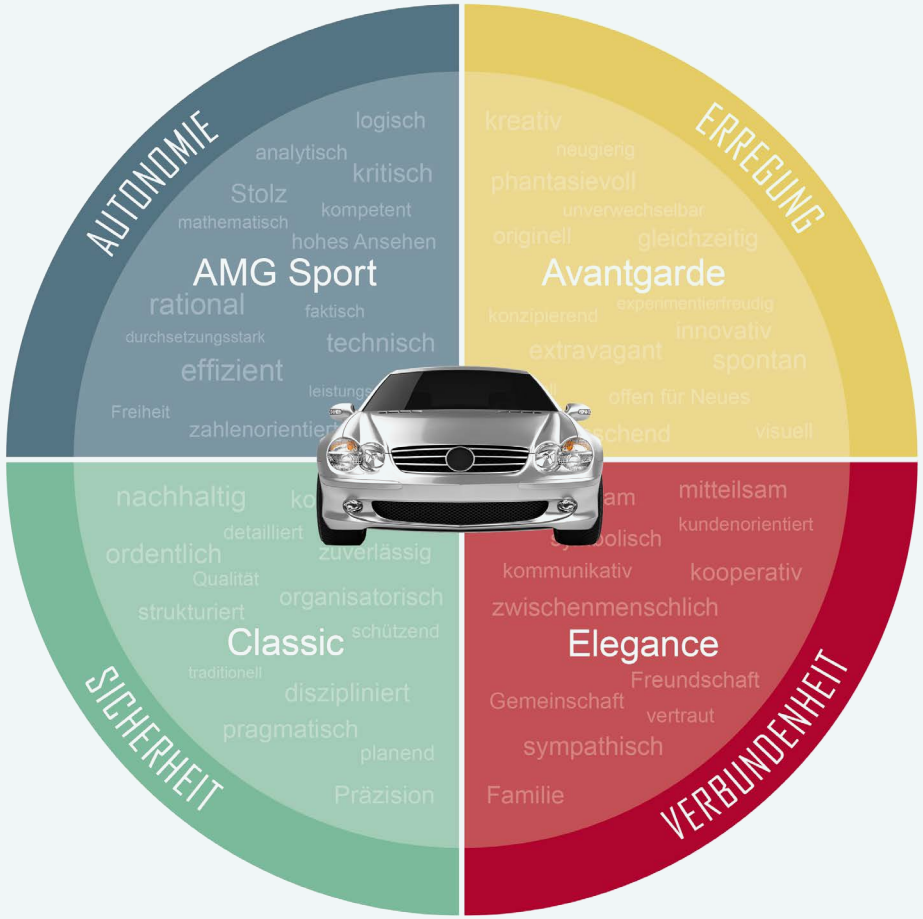
Entwicklung einer strategiegerechten Markenkommunikation

Sind alle Menschen gleich? Nein. Braucht man somit für jede Zielgruppe eine andere Marke? In der Regel eher nicht. Sollte man z.B. als gelbe Marke nur noch mit gelben Zielgruppen reden? Das wäre natürlich ein Riesenfehler, denn Sie würden Ihr Kommunikationspotential um mindestens 75% reduzieren.

Die Lösung in der B2B Welt liegt somit nicht darin, Ihre Marke in unterschiedliche Kuchenstücke aufzuteilen. Sondern aus einem einheitlichen gemeinsamen Anspruch heraus individueller mit unterschiedlichen Zielgruppen zu reden, Ihre Marke erlebbar zu machen.

Zwei Beispiele, die das konkreter machen:

- Durch den brandsync-Prozess kennen Sie den Bedarf Ihrer Kunden und haben die passende und damit differenzierende emotionale Positionierung Ihrer Marke fixiert. Darauf aufbauend entwickeln wir pro relevanter Zielgruppe eine leicht angepasste Story entlang von Themen, Codes, etc. Also eine gelbe Story, sollte das Ihr Markenprofil sein, für die grünen, roten, blauen und natürlich gelben SyncTypes. Dabei darf die Geschichte sich nur in Nuancen unterscheiden. Denn Ihre Markenseele und -persönlichkeit sollte immer stark erkennbar sein.
- Ein alternativer Ansatz besteht darin, gezielt unterschiedlich Dachmarken, Produkte- und/ oder Serviceleistungen zu entwickeln, um damit bewusst unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Immer noch aus dem gleichen zentralen Markenverständnis heraus, aber mit leicht individuell anders ausgeprägten Schwerpunkten. Hier mal ein archetypisches Beispiel, wie sich das darstellen könnte.



Für konkrete Beispiele wie wir aus Strategie die richtige Kommunikation gemacht haben fragen Sie uns bitte an.

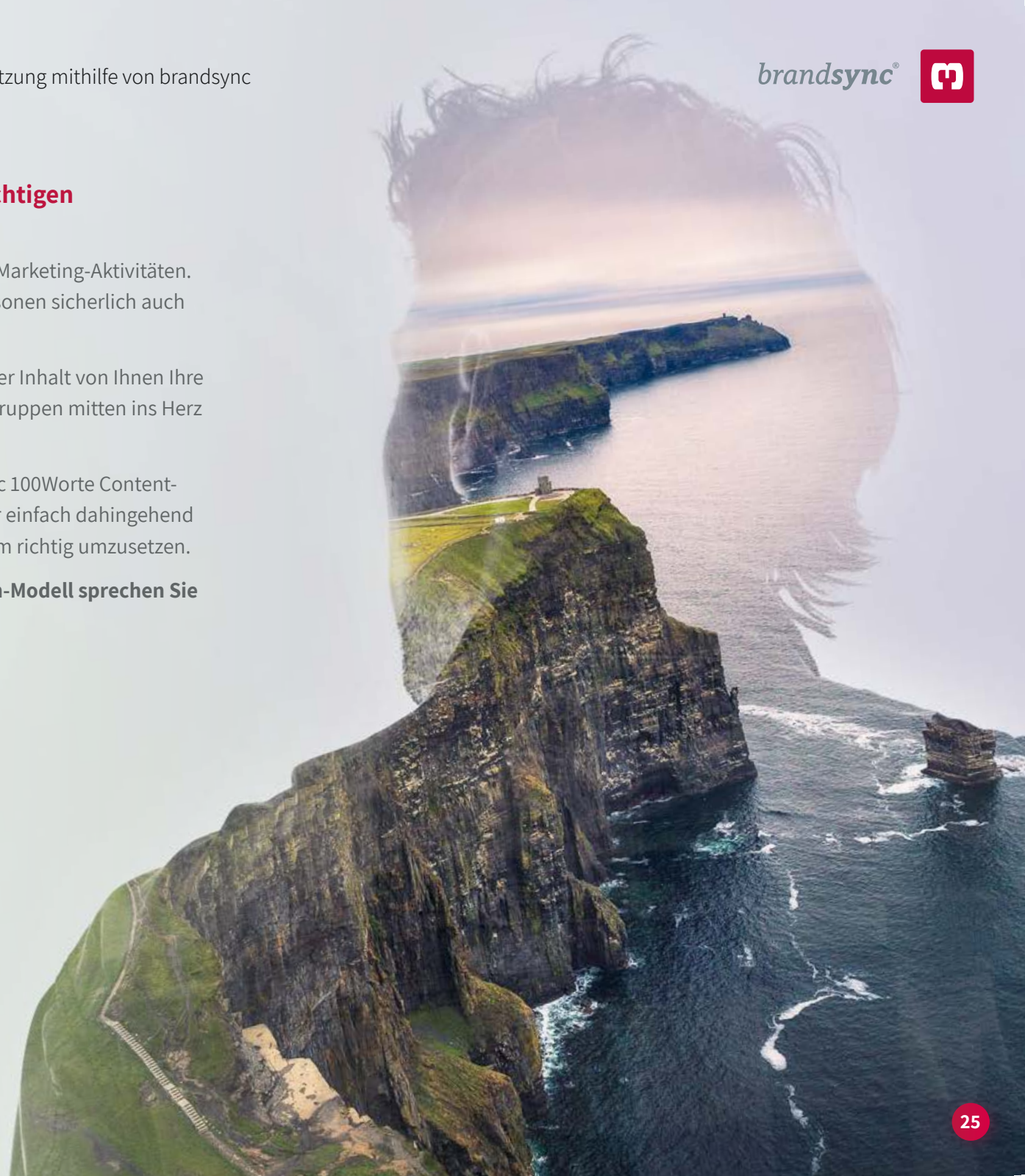
Content-Marketing mit den strategisch richtigen Inhalten machen

Content ist ein integraler Bestandteil aller heutigen Marketing-Aktivitäten. Produziert wird er von vielen unterschiedlichen Personen sicherlich auch bei Ihnen.

Aber wie garantiert man nun, dass auch wirklich jeder Inhalt von Ihnen Ihre Marke richtig repräsentiert, synchronisiert Ihre Zielgruppen mitten ins Herz trifft? Durch Vorgaben und Checks.

Oder effektiver, erfolgreicher mit Hilfe des brandsync 100Worte Content-Manager: Mit diesem Plug-in werden alle Mitarbeiter einfach dahingehend geführt alle Inhalte marken- und zielgruppenkonform richtig umzusetzen.

Für weitere Details über die Methodik, das Kosten-Modell sprechen Sie uns bitte direkt an.



Entwicklung der richtigen Grundlagen für ein erfolgreiches Employer Branding

Der Kampf um die richtigen Mitarbeiter ist in vollem Gang. Damit haben sich die Rollenverteilungen geändert. Sie – und nicht der Arbeitnehmer – müssen auf die Balz gehen, um immer wieder aufs Neue von Ihren Vorteilen als Arbeitgeber zu überzeugen. Diese Realität verlangt einen Perspektivwechsel Ihrer Denke, Ihres Handelns, Ihres Umsetzens. Dieser Change verlangt: Employee Centricity.

Hinter Employee Centricity steckt eine deutlich erweiterte Sichtweise im Vergleich zum üblichen Employer-Branding-Ansatz. Denn wir propagieren damit nicht nur eine Anhebung der Bedeutung von Mitarbeitermaßnahmen für Ihren Unternehmenserfolg, sondern auch eine andere Sichtweise gegenüber dem Mitarbeiter selbst.

Aber am Anfang braucht all das: Führung, Stringenz und die richtige Strategie. Das was im B2B Marketing die Markenpositionierung ist, lautet im Arbeitgebermarken-Umfeld: EVP. Hinter diesen drei Buchstaben – in der Langfassung heißt das übrigens **Employer Value Proposition** – steckt viel, vor allem Haltung. Ein klares Verständnis dafür, wer Sie als Arbeitgeber sein wollen, worin Ihre Stärken liegen, womit Sie sich einzigartig unterscheiden wollen. Worin sich somit Ihre ganz eigene Arbeitergeberpersönlichkeit auszeichnet. Und genau dafür brauchen Sie brandsync.

Folgende Aspekte decken wir mit brandsync im Employer Branding Umfeld ab:

- **Online-Insights:** KI basierte Bewertung Ihrer Online-Kommunikation und der Online-Bewertungen und Diskussionen rund um Sie als Arbeitgeber.
- **Zielgruppen-Definition:** Definition von Personas und Messung der emotionalen Aufladung unterschiedlicher Mitarbeitertypen.
- **Arbeitgeberzufriedenheit:** Mitarbeiter Kundenzufriedenheitsbefragung. Hier decken wir aber nicht nur die üblichen KPI-Themen ab, sondern steigen mit brandsync noch tiefer ein. So evaluieren wir die Aufladung der Arbeitgebermarke, analysieren die Zielvorgaben für die zukünftige Veränderung und erarbeiten damit die strategischen Grundlagen für Ihre erfolgreiches Arbeitgebermarken-Storytelling.
- **EVP-Strategie-Entwicklung:** Entwicklung einer schlagkräftigen, einzigartigen Arbeitgebermarke. Ganz im Sinne von brandsync definieren wir in diesem Zusammenhang neben den rationalen Treibern vor allem die emotionale Kernaufladung, die Sie auch zukünftig als Arbeitgeber attraktiv machen wird.
- **Mitarbeiter Training:** brandsync ist nicht nur eine Möglichkeit, mehr über Ihre Mitarbeiter in Erfahrung zu bringen, sondern auch die beste Grundlage Ihre Mitarbeiter in Themen wie Motivation, Führungs-Mechanismen, Team-Organisation etc. intensiv einzuarbeiten.
- **Employer Branding Kommunikation:** Wir machen aus der richtigen Strategie die wirklich überzeugende Kommunikation. Off-line für Ihre Bewerbungen, Messen und Veranstaltungen. Online sowohl bezogen auf Ihre Content-Realität, Optimierung Ihrer SEO Strukturen bis hin zu Employer Branding Hubs.

Für weitere Details rund um unserer Kompetenzen und Dienstleistungen im Umfeld von Employer Branding nehmen Sie bitte mit uns Kontakt auf.

brandsync®

Kontakt

brandsync AG
Teil der Trio Group

Thom Barath
T: +49 89 31 90 93 96
M: +49 151 560 97948
E: t.barath@brandsync.de

München / Mannheim / Montabaur