**VORLAGE FÜR DIE MARKENPOSITIONIERUNG**

|  |
| --- |
| KUNDE |
| PROJEKTTITEL |
|   |
| KUNDENNAME |
|   |
| MARKE |  |  |
|   |
| PRODUKT |  |  |
|   |
| KONTAKT INFO |
| NAME DES ANSPRECHPARTNERS | E-MAIL-ADRESSE | TELEFON |
|   |   |   |
| POSTANSCHRIFT |  |  |
|   |
| PROJEKTÜBERSICHT  |
| ZWECK warum? |
|   |
| CHANCE ultimative Wirkung? |
|   |
| ZIELSETZUNG Was soll mit dem Projekt erreicht werden? |
|   |

|  |
| --- |
| ZIELGRUPPE |
| PRODUKTZIEL Wen wollen wir erreichen? |
|  |
| BRAND TARGET Wen spricht die Marke an? |
|  |
| GEWÜNSCHTE REAKTION Welche Maßnahmen wünschen Sie sich von Ihrem Markt? |
|  |
| EINSTELLUNG |
| TON Welche Eigenschaften versuchen wir zu vermitteln? |
|  |
| MARKENPERSÖNLICHKEIT Welche Eigenschaften definieren die Marke und informieren das Produkt? |
|  |
| WETTBEWERBSANALYSE |
| REFERENZEN Forschung, Inspiration und Stile |
|   |
| THE TAKEAWAY Was ist die Schlüsselidee, an die man sich erinnern sollte? |
|   |
| TAG LINE vorbereitete Kopie, Schlüsselwörter oder Design |
|   |

|  |
| --- |
| PROTOTYP UND MARKETING |
|   |
| MARKTTESTS |
|   |
| ABSCHIEßEN |
|   |

|  |
| --- |
| ZEITPLAN |
| ZEITPLANÜBERSICHT |
|   |
| WICHTIGE MEILENSTEINE / DEADLINES |
|   |
| BUDGET |
| MENGE |
|   |
| ZUSÄTZLICHE FINANZPROGNOSEN / ANMERKUNGEN |
|   |
| AUßERDEM |
| Fügen Sie alle zusätzlichen kritischen Informationen hinzu |
|   |

|  |
| --- |
| **VERZICHTSERKLÄRUNG**Alle Artikel, Vorlagen oder Informationen, die von Smartsheet auf der Website bereitgestellt werden, dienen nur als Referenz. Obwohl wir uns bemühen, die Informationen auf dem neuesten Stand und korrekt zu halten, geben wir keine Zusicherungen oder Gewährleistungen jeglicher Art, weder ausdrücklich noch stillschweigend, über die Vollständigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Eignung oder Verfügbarkeit in Bezug auf die Website oder die auf der Website enthaltenen Informationen, Artikel, Vorlagen oder zugehörigen Grafiken. Jegliches Vertrauen, das Sie auf solche Informationen setzen, erfolgt daher ausschließlich auf Ihr eigenes Risiko. |