

MARKENFORSCHUNGSINTERVIEW

VORLAGE FÜR FRAGEN

NAME DES MITARBEITERS	DURCHGEFÜHRT VON	INTERVIEW-DATUM	DAUER DER BESCHÄFTIGUNG
POSITIONSTITEL	POSITION ABTEILUNG		

HINWEISE ZU DIESEM MITARBEITER ALS BRAND KEEPER

INTERVIEW-FRAGEN

Wie lange arbeiten Sie schon im Unternehmen? Warum bleiben Sie weiterhin? Falls zutreffend: Was hat Sie dazu inspiriert, ins Unternehmen einzusteigen, als es noch in den Kinderschuhen steckte? Was haben Sie sich damals erhofft?	
Den Zweck unseres Unternehmens und unserer Marke beschreiben. Warum tun wir, was wir tun? Wie ist die Marke mit unserer Mission und Vision verbunden?	
Wie macht unsere Marke einen Unterschied? Warum bleiben Käufer uns treu?	

<p>Wie spiegelt das Verhalten der Mitarbeiter die Werte der Marke wider?</p>	
<p>Wer sind unsere idealen Kunden? Was an unserer Marke ist für Kunden attraktiv?</p>	
<p>Wie würden Sie die Persönlichkeit unserer Marke beschreiben? Mit anderen Worten, wenn die Marke eine Person wäre, wer wäre sie dann?</p>	
<p>Was würden Sie zuerst an unserer Marke ändern? Welche Marke ist das komplette Gegenteil von uns? Welche Maßnahmen müssen wir ergreifen, um unserer Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein / unseren Vorsprung zu behalten?</p>	
<p>Teilen Sie eine unternehmensbezogene oder persönliche Geschichte, die das Narrativ der Marke widerspiegelt oder zeigt, wie die Marke ihr Versprechen erfüllt.</p>	

KOMMENTARE Geben Sie eine Zusammenfassung des historischen Wissens an, das dieser Mitarbeiter über die Marke geteilt hat.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Alle von Smartsheet auf der Website aufgeführten Artikel, Vorlagen oder Informationen dienen lediglich als Referenz. Wir versuchen, die Informationen stets zu aktualisieren und zu korrigieren. Wir geben jedoch, weder ausdrücklich noch stillschweigend, keine Zusicherungen oder Garantien jeglicher Art 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 in solche Informationen setzen, ist aus eigener Verantwortung.