**VORLAGE FÜR DIE JÄHRLICHE ÜBERPRÜFUNG DER MARKENSTRATEGIE**

MARKEN-

STRATEGIE

JÄHRLICHE
ÜBERPRÜFUNG

Markenname

NAME DES BRAND MANAGERS

BRAND MANAGER

00.00.0000

Inhaltsverzeichnis

[ZUSAMMENFASSUNG DER BRAND PERFORMANCE 3](#_Toc147766009)

[KONKURRENZANALYSE 4](#_Toc147766010)

[SOCIAL-MEDIA-ANALYSE 5](#_Toc147766011)

[Social-Media-Analyse + Empfehlungszusammenfassung 6](#_Toc147766012)

[KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE 7](#_Toc147766013)

[SWOT-Analyse 7](#_Toc147766014)

[SWOT-Analysenzusammenfassung 8](#_Toc147766015)

[SMART-Ziele und -Messzahlen identifizieren 9](#_Toc147766016)

[Kommunikationsanalyse der Konkurrenz 10](#_Toc147766017)

[ANALYSE DER MARKENWAHRNEHMUNG 11](#_Toc147766018)

[Zusammenfassung der Markenwahrnehmung + Empfehlungen 11](#_Toc147766019)

[Aggregierte Ergebnisse von Markenumfragen 12](#_Toc147766020)

[FINALE EMPFEHLUNGEN 13](#_Toc147766021)

# A picture containing text, accessory, umbrella, stationary  Description automatically generatedZUSAMMENFASSUNG DER BRAND PERFORMANCE

Fassen Sie die Leistung der Marke im letzten Jahr zusammen.

Geben Sie einen umfassenden Überblick über die Ziele, die Sie erreicht haben und die Sie im Vorjahr nicht erreicht haben.

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing text, accessory, stationary, envelope  Description automatically generatedKONKURRENZANALYSE

Listen Sie Ihre aktuellen Konkurrenten auf und beschreiben Sie das Marktumfeld des aktuellen Jahres.

Analysieren Sie, wie sich diese beiden Faktoren im letzten Jahr verändert haben.

Geben Sie Empfehlungen dafür, wie die Marke auf Veränderungen in der Wettbewerbslandschaft reagieren wird.

AKTUELLES JAHR

ANALYSE

EMPFEHLUNGEN

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |   |  |

# Chart  Description automatically generatedSOCIAL-MEDIA-ANALYSE

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | AKTUELLE ANZAHL DER FOLLOWER | FOLLOWER-ZIEL IM VORJAHR | FOLLOWER-ZIEL IM FOLGEJAHR | MONATLICHER REFERRAL TRAFFIC | % DER ÄNDERUNGEN IM LETZTEN JAHR | % DER ÄNDERUNGEN IM LETZTEN MONAT | KLICKS PRO BEITRAG LETZTES JAHR | ZIEL FÜR KLICKS PRO BEITRAG  |
| FACEBOOK |   |   |   |   |   |   |   |   |
| INSTAGRAM |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TWITTER |   |   |   |   |   |   |   |   |
| LINKEDIN |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TikTok |   |   |   |   |   |   |   |   |
| SNAPCHAT |   |   |   |   |   |   |   |   |
| PINTEREST |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TUMBLR |   |   |   |   |   |   |   |   |
| YOUTUBE |   |   |   |   |   |   |   |   |
| SONSTIGES |   |   |   |   |   |   |   |   |
| SONSTIGES |   |   |   |   |   |   |   |   |

## A picture containing text, accessory, umbrella, stationary  Description automatically generatedSocial-Media-Analyse + Empfehlungszusammenfassung

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing text, accessory, umbrella  Description automatically generatedKOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

#

Führen Sie eine SWOT-Analyse Ihrer aktuellen Kommunikationsstrategie durch.

Legen Sie neue SMART-Ziele und -Messzahlen fest.

## SWOT-Analyse

Analysieren Sie, wie Sie derzeit mit Ihrer Zielgruppe kommunizieren.

|  |
| --- |
| INTERNE FAKTOREN |
| STÄRKEN + | SCHWÄCHEN - |
|  |  |
|  |  |
| EXTERNE FAKTOREN |
| MÖGLICHKEITEN + | BEDROHUNGEN - |
|  |  |

## A picture containing text, yellow  Description automatically generatedSWOT-Analysenzusammenfassung

|  |
| --- |
|  |

## A picture containing text, outdoor object  Description automatically generatedSMART-Ziele und -Messzahlen identifizieren

**S**pecific, **M**easurable, **A**chievable, **R**ealistic und **T**imely

|  |
| --- |
|  |

## Kommunikationsanalyse der Konkurrenz

Wie kommunizieren Ihre Konkurrenten mit ihrer Zielgruppe?

Was funktioniert? Was funktioniert nicht?

Was muss sich im kommenden Jahr ändern?

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing accessory, stationary, envelope  Description automatically generatedANALYSE DER MARKENWAHRNEHMUNG

Führen Sie die Umfrage zur Markenwahrnehmung mit einem breiten Segment Ihrer Zielgruppe durch.

Vergleichen Sie die aggregierten Daten. Verwenden Sie das Umfrageformular (unten), um die Anzahl der Antworten

in jeder Kategorie anzugeben. Fassen Sie die Ergebnisse zusammen und geben Sie Empfehlungen für das kommende Jahr.

## Zusammenfassung der Markenwahrnehmung + Empfehlungen

|  |
| --- |
|  |

## Aggregierte Ergebnisse von Markenumfragen

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Wie vertraut sind Sie mit unserer Marke? | GARNICHT | EIN BISSCHEN | ETWAS | VERTRAUT | SEHR VERTRAUT |
|   |  |  |  |  |  |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2. | Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns Freunden oder Familienangehörigen weiterempfehlen? | Skala von 1 bis 10 |   | 3. | Wie haben Sie von uns erfahren?  | Familie oder Freund |  |
|   |  |   |   | Online-Suche |  |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   | Magazine, Blog oder andere Medien |  |
| 4. | Wie viel Vertrauen haben Sie in unsere Marke?  | Skala von 1 bis 10 |   |   |   |   | Social Media |  |
|   |  |   |   | Andere Bitte angeben |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 5. | Welche Wörter beschreiben unsere Marke am besten?  |  |  |  |  |
|   | Innovativ |  | Spielerisch |  | Rebellisch |  | Autoritär |  |
|   | Einzigartig |  | Raffiniert |  | Unkonventionell |  | Klassisch |  |
|   | Lässig |  | Elitär |   | Freundlich |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 6. | Hat sich Ihre Wahrnehmung unserer Marke in der Zeit, seit Sie auf uns aufmerksam geworden sind, verändert? | JA  |  | 7. | Welche Marke kommt Ihnen in den Sinn, wenn Sie an (Produktname) denken? |  |
|   | NEIN |  |   |

# **A picture containing outdoor object, sport kite, colorful, envelope  Description automatically generated**FINALE EMPFEHLUNGEN

Geben Sie basierend auf Ihrer Analyse allgemeine Empfehlungen für die strategische Ausrichtung des nächsten Jahres.

Fügen Sie Empfehlungen für Änderungen am Markenstilleitfaden und den Säulen der Markenkommunikation hinzu.

Fügen Sie unterstützende Dokumente hinzu oder erweitern Sie diesen Abschnitt, um detailliertere Empfehlungen aufzunehmen.

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **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. |