



Checkliste: Digitale Markenführung



Hier ankreuzen

1

Würden ein beliebiger Mitarbeiter und ein zufällig ausgewählter Kunde dasselbe sagen, wenn wir sie jetzt spontan fragen, wofür unsere Marke steht?

2

Sammeln wir derzeit Daten über das Verhalten oder die Wünsche unserer Kunden?

3

Bieten wir unseren Kunden – abseits von Verkaufsimpulsen – aktuell informierende, beratende oder unterhaltende Online-Inhalte?

4

Haben wir für das laufende Geschäftsjahr ein verbindlich definiertes Budget für die Digitalisierung von Marke und Marketing bereitgestellt?

5

Erfassen wir, wie unsere Online-Kanäle genutzt werden und könnten wir jetzt gleich ein paar Kennzahlen abrufen?

6

Tauschen sich bei uns verschiedene Unternehmensbereiche regelmäßig aus, um Chancen oder Möglichkeiten für potenzielles Neugeschäft auszuloten?

7

Arbeiten wir derzeit an irgendwelchen Angeboten für Kunden, die keinem konkreten Auftrag bzw. keiner aktuellen Anfrage zugeordnet werden können?

8

Beschäftigen wir aktuell Mitarbeiter oder Partner, deren Tätigkeitsbeschreibung eine zeitnahe Reaktion auf Online-Kundenfeedback beinhaltet?

9

Liegt derzeit ein Fahrplan vor, was wir unseren Kunden in den kommenden sechs Monaten wann und wie über unser Unternehmen erzählen wollen?

10

Bieten wir abseits von Produkten, Dienstleistungen und Services ein Markenerlebnis, das uns nach Branchenmeinung vom Wettbewerb abgrenzt?

1 – 3 Punkte

Wow! Sie sind gut unterwegs: Wenn Sie am Ball bleiben und kontinuierlich digitale Trends, Themen und technische Möglichkeiten zur Markenführung nutzen, werden diese Erlebnisse gewinnbringend auf Ihre Marke einzahlen. Hier und da könnte eventuell noch ein bisschen mehr rausspringen, wenn Sie Ihrer Online-Strategie den allerletzten Schliff geben. WSB digital unterstützt Sie gerne dabei oder bewertet ungenutzte Potenziale – ist aber ehrlich gesagt nicht zwingend erforderlich: Sie tun schon viel für nachhaltige und stabile Kundenbeziehungen!

4 – 6 Punkte

Sie haben schon erste Schritte Richtung strategischer digitaler Markenführung unternommen: Sie sind auf dem Weg, es ist aber noch jede Menge zu tun. Vor allem gilt es, sich einen Überblick zu verschaffen, Schwachstellen zu identifizieren und gezielt Lösungsansätze zu entwickeln. WSB digital unterstützt Sie bei diesem Prozess, macht aus Zielen konkrete Maßnahmen, um die Relevanz Ihrer Marke in Neugeschäft umzumünzen.

7 – 10 Punkte

Wir kennen Ihre Wettbewerber nicht – befürchten aber, dass diese Sie schon bald abhängen. Verpassen Sie den Anschluss nicht! Unsere Empfehlung: Investieren Sie jetzt in digitale Markenführung, um künftigen Herausforderungen zu begegnen. Im ersten Schritt sollten Sie ein Konzept entwickeln, wie Sie das Potenzial Ihrer Marke ausschöpfen. WSB digital steht Ihnen dabei gern beratend zur Seite!

Anzahl der Kreuze
Nein eintragen



AUSWERTUNG