

BRAND PERSONALITY SLIDERS

Um den Kernwert im Branding angemessen zu inszenieren, helfen die Personality Sliders bei der Interpretation. Brainstormt gemeinsam, was euer Kernwert für den Markenauftritt bedeutet. Gegensatzpaare von Eigenschaften definieren die Spanne. Hier geht es nicht um ein rigides Entweder-Oder, sondern um Tendenzen für die Tonalität festzulegen, mit der der Kernwert vermittelt werden soll.

Wenn diese Übungen mit mehreren Teammitgliedern durchgeführt wird und die Ergebnisse sehr weit auseinander gehen, ist das ein Anstoß, einen Schritt zurück zu gehen. Ist der Kernwert der Marke klar genug definiert?

Die Marken-Persönlichkeit lässt sich wie folgt einfangen:

freundlich	_____	autoritär
progressiv	_____	konservativ
verspielt	_____	klar
humorvoll	_____	ernst
auffällig	_____	dezent
corporate	_____	casual
etabliert	_____	jung
Nische	_____	Masse