

MISSION STATEMENT

Das Mission Statement formuliert das Nutzenversprechen. Es fasst den konkreten Mehrwert, den Kund:innen erfahren, wenn sie die Leistungen der Marke in Anspruch nehmen. Die Mission richtet sich entsprechend vor allem an Kund:innen. Gut formuliert, funktioniert sie als Elevator Pitch, der neugierig macht und euch und eure Marke als Guide positioniert.

Wie ihr ein gutes Mission Statement formuliert:

- Die Formel: Problem Kund:in + Lösung Marke + Erfolg Kund:in = Mission Statement
- Fasst euch möglichst kurz: Jede:r Mitarbeiter:in soll die Chance haben, das Mission Statement zu verinnerlichen
- Werdet konkret: Für jede:n muss klar sein, was das Problem ist, das die Marke löst, und was der:die Kund:in davon hat
- Nicht überfrachten: Konzentriert euch auf das Hauptproblem der Hauptzielgruppe, das ihr löst
- Kommuniziert das Mission Statement: Im Schnitt muss ein Mensch eine Botschaft acht mal gehört haben, bevor er sie sich merken kann

PROBLEM

Brainstormt, notiert und entscheidet: Was ist das Hauptproblem hat eure wichtigsten Zielgruppe?

SOLUTION

Brainstormt, notiert und entscheidet: Welche Lösung bietet die Marke?

SUCCESS

Brainstormt, notiert und entscheidet: Was ist der Erfolg eurer Kund:innen als Resultat eures Angebots?
