

UNILEVER BRAND KEY

Der Brand Key ist ein Positionierungsmodell und bezieht Wettbewerb und Zielgruppen mit ein. Aus der Zielgruppe heraus wird der direkte und indirekte Wettbewerb definiert. Zentral sind die Kund:innen mit ihren Bedarfen, Problemen und Verhaltensweisen als Basis für Benefits der Marke, ihre Werte, Persönlichkeit, den Reason to believe, ein entscheidender Grund, der Marke zu vertrauen, und den Consumer Discriminator – der wichtigste Grund für den Kauf der Marke.

