



DER XEO STRATEGIE-TEST



Energie für Marken

Zeige uns, dass du ein Leuchtfener bist!

Keine Angst, wir erwarten von dir nicht das Unmögliche. Deshalb hier nur ein paar Tipps, wie du ihm vielleicht ein Stück näher kommen kannst ...

Lies dir jede Aufgabe genau durch.

Du wirst die Aufgabe nur dann gut lösen, wenn du sie auch verstanden hast.

Weniger ist oft mehr.

Die Kunst eines Strategen liegt darin, das Wesentliche auf den Punkt zu bringen und viele Informationen auf wenige Sätze zu verdichten. Deine Antworten sollten also auf eine Seite passen.

Es gibt kein richtig oder falsch.

Bearbeite die Aufgaben auf deine eigene Art und vertraue ganz deinem Bauch.

Sei inspirierend.

Strategen sind kreativ. Sie entwickeln selbst Ideen und müssen Kreative zu großen Ideen inspirieren. Inspiriere und überrasche uns mit deinen Ideen. Sei unkompliziert in deiner Sprache und ganz du selbst.

Hab Spaß dabei.

Zeig uns, dass dir die Aufgaben Spaß machen.

Und jetzt ran an die Arbeit und dann an: strategie@xeo-marken.de

AUFGABE 1: DER KERN DER MARKE.

Die Marke Evonik haben wir entwickelt und positioniert und betreuen sie weiterhin in der Markenführung.
Schau dir den Auftritt von Evonik im Internet an und sage uns dann in wenigen Worten:

Wofür steht die Marke?

Welchen Charakter hat die Marke?

AUFGABE 2: DIE IDEE VON DER ZUKUNFT.

Viele Marken und Unternehmen, die wir betreuen, denken nach vorne: Sie entwickeln Lösungen für die Zukunft. Wer die Zukunft mitgestalten will, muss natürlich eine Vorstellung von morgen haben und Trends erkennen und verstehen. Nun wollen wir deine Vision kennenlernen – deine Vorstellung von Mobilität im Jahr 2030:

Wie werden wir uns morgen fortbewegen?

Wie werden wir die Zeit verbringen, in der wir unterwegs sind?

AUFGABE 3: DIE MARKE ALS PERSÖNLICHKEIT.

Marken haben genauso wie Menschen eine Identität und werden gerne als Personen begriffen. Nun begreife dich selbst als Marke:

Wie positionierst du dich?

Was sind deine Stärken und Schwächen?

Welches sind deine Charaktermerkmale?

AUFGABE 4: DER WERT DER MARKE.

Starke Marken stehen für etwas. Im wahrsten Sinne des Wortes verorten sie sich im Leben der Menschen und werden damit für sie wichtig.

Hier sind zwei mögliche Markenwerte: Kreative Inspiration; Raue Echtheit.

Veranschauliche diese beiden Werte mit Bildcollagen und nenne zusätzlich Beispiele für Marken, die diese Werte für dich verkörpern.

Warum Bilder?

Weil wir auch visuell fühlen und denken müssen – wenn wir andere inspirieren und begeistern wollen.

AUFGABE 5: DIE GROSSE PRODUKTIDEE.

Unser Kunde Cognis ist bevorzugter Partner der großen Kosmetikhersteller: Cognis entwickelt Produktkonzepte auf Basis natürlicher Inhalts- und Wirkstoffe für Körperpflege- und Kosmetikprodukte. Für die nächste große Produktidee bist nun du gefragt:

Was ist deine Idee für ein neues Pflege- oder Kosmetikprodukt?

Warum wird gerade deine Idee den Markt erfolgreich erobern?