

Conplore Business Podcast

Sprecher: Matthias Buchholz

Ich oder Wir?

Die richtige Markenstrategie für Ihr Business



Ich oder Wir?

Die bessere Markenstrategie finden

Markenidentität verstehen

Die **Markenidentität** ist entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens. Eine klare Strategie hilft, Vertrauen aufzubauen und das Publikum gezielt anzusprechen, wodurch langfristige Beziehungen gefördert werden.

Agenda

Die Struktur der Markenstrategie

Personal Brand: Eine Marke, die um eine Person aufgebaut ist



Authentizität

Authentizität zieht Menschen an und schafft Vertrauen.



Sichtbarkeit

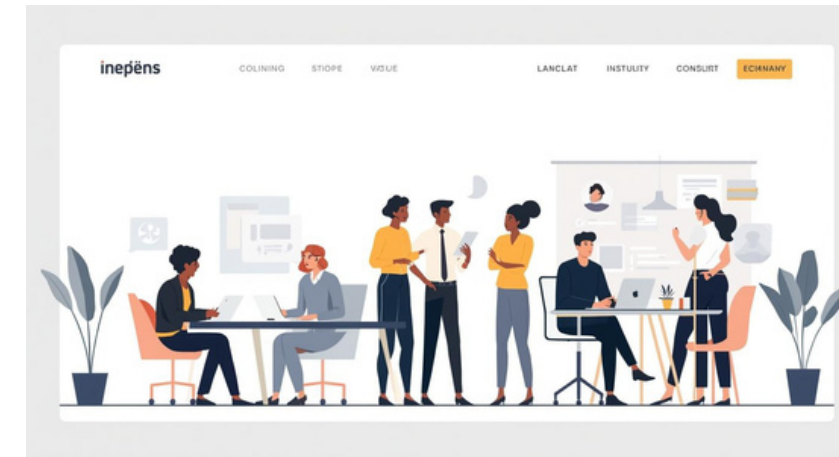
Sichtbarkeit in sozialen Netzwerken erhöht die Reichweite erheblich.



Vielseitigkeit

Vielseitigkeit ermöglicht Anpassung an verschiedene Zielgruppen.

Unternehmensmarke: Team, Mission und Organisation



Teamwork

Unternehmensmarken fördern **starke Teamdynamiken** und Zusammenarbeit.



Innovation

Die **Innovationskraft** einer Unternehmensmarke zieht Kunden an.



Markenwert

Unternehmensmarken bieten mit der Zeit einen eigenen **Markenwert**.

Vorteile

Stärken der Personal Brand

Vertrauen

Eine Personal Brand ermöglicht es, **glaubwürdige Verbindungen** zu schaffen, die auf Vertrauen basieren. Kunden fühlen sich wohler, wenn sie eine Person hinter der Marke kennen und verstehen.

Authentizität

Die Authentizität einer Personal Brand zieht Menschen an, da sie **echt und nachvollziehbar** wirkt. Kunden schätzen die persönliche Note und die individuellen Werte, die diese Marken vertreten.

Social Media Reichweite

Personal Brands haben oft eine **hohe Reichweite** in sozialen Medien, da die Persönlichkeit der Marke ansprechender ist. Dies führt zu mehr Interaktionen und einer engagierten Community, die die Marke unterstützt.

Vorteile der Unternehmensmarke

Warum Stabilität und Wachstum wichtig sind

Skalierbarkeit

Unternehmensmarken ermöglichen eine **einfache Skalierung**, um neue Märkte zu erschließen. Sie sind in der Lage, Produkte und Dienstleistungen in größerem Maßstab erfolgreich zu vertreiben.

Verkäuflichkeit

Eine starke Unternehmensmarke ist **verkäuflicher**, da potenzielle Käufer Vertrauen in die etablierte Identität und den Ruf der Marke haben, was den Verkaufsprozess erleichtert.

Stabilität

Unternehmensmarken bieten **Stabilität** in unsicheren Märkten, indem sie ein konsistentes Erscheinungsbild und eine klare Mission präsentieren, die das Vertrauen der Kunden und der Stakeholder stärkt.

Nachteile der Personal Brand

Risiken und Herausforderungen für Gründer

Gründer als Engpass

Eine Personal Brand kann stark von der Persönlichkeit des Gründers abhängen, was zu einem **Flaschenhals** bei der Skalierung des Unternehmens führen kann.

Direkte Kritikrisiko

Die öffentliche Wahrnehmung des Gründers kann direkt mit der Marke verbunden werden, was das Risiko von **Kritik** und negativen Bewertungen erhöht.

Übermäßige Sichtbarkeit

Gründer im Rampenlicht können Schwierigkeiten haben, ein **gleichgewichtetes** Privatleben zu führen, da ihre persönliche Marke oft in der Öffentlichkeit steht und ständige Aufmerksamkeit erfordert.

Nachteile der Unternehmensmarke

Herausforderungen in der Markenbildung

Weniger persönlich

Eine Unternehmensmarke vermittelt oft **weniger persönliche** Verbindungen, da sie in erster Linie die Organisation repräsentiert, anstatt individuelle Werte oder Persönlichkeiten hervorzuheben, was die Markenidentität beeinflussen kann.

Langsamer Aufbau

Der Aufbau einer Unternehmensmarke kann **langsamer** sein, da es Zeit benötigt, um Vertrauen und Loyalität aufzubauen, insbesondere in einem wettbewerbsintensiven Markt, wo persönliche Geschichten oft stärkere Verbindung schaffen.

Höhere Marketingkosten

Unternehmensmarken benötigen in der Regel **höhere Marketingkosten**, um ihre Reichweite und Sichtbarkeit zu erhöhen, was Ressourcen erfordert, die für personalisierte Marketingansätze oft nicht so effizient verwendet werden können.

Entscheidungskriterien: Personal Brand vs. Unternehmensmarke



Personal Brand

Ideal für **individuelle Expert:innen** um ihre einzigartige Expertise zu zeigen.



Unternehmensmarke

Am besten geeignet für **Unternehmen** mit den Zielen Skalierbarkeit und Impact.

Übergang von Personalmarke zu Unternehmensmarke



Frank Thelen

Von Unternehmer zu Investor
mit Freigeist Capital



Matthias Buchholz

Vom Unternehmensberater
zum Herausgeber des Conplore
Wirtschaftsmagazins.

Markenidentität

Vertrauen als Schlüssel zum Erfolg

Vertrauen aufbauen

Vertrauen ist entscheidend für die Markenidentität. Durch Transparenz und Authentizität können Unternehmen und Personen starke Bindungen zu ihrem Publikum aufbauen, was langfristigen Erfolg sichert.

Die richtige Strategie

Die Wahl zwischen **Personal Brand** und Unternehmensmarke hängt von den Zielen ab. Eine klare Markenstrategie ermöglicht es, die Zielgruppe effektiv anzusprechen und ihre Bedürfnisse zu erfüllen.

Engagement fördern

Aktives Engagement im Dialog mit dem Publikum stärkt die **Markenidentität**. Durch den Austausch von Meinungen und Feedback wird ein Gefühl der Gemeinschaft und Loyalität geschaffen, das Vertrauen festigt.

Kontakt

Folgen Sie dem **Conplore Business Podcast** oder verlinken Sie sich mit uns via LinkedIn, XING oder Insta und bleiben Sie in Verbindung!

Matthias Buchholz, Dipl.-Kfm.
Herausgeber Conplore Wirtschaftsmagazin

Phone: +49-30-8853 0706
Email: info@conplore.com
Website: <https://conplore.com/>

