

COMPANY BRAND EVOLUTION MATRIX

by markenmover

Unternehmen, Strateg:innen und Marken-Verantwortliche sind heute mehr denn je mit einer Vielzahl komplexer Herausforderungen in den Bereichen Unternehmensstrategie, Innovationskultur und Wettbewerbsfähigkeit konfrontiert.

120 Minuten

verschaffen Ihnen einen präziseren Überblick über Ihre
3 größten unternehmerischen Zukunfts-Herausforderungen.

Die **COMPANY BRAND EVOLUTION MATRIX** by markenmover unterstützt Sie, akute Problemfelder strukturiert zu identifizieren und zu analysieren, und die Erkenntnisse fokussiert in nachhaltige Lösungsstrategien umzusetzen.

Have fun!

COMPANY BRAND EVOLUTION MATRIX

by markenmover

STEP 1 / 100 Min.

Sie werden durch 12 Schlüsselkonzepte geführt.



STEP 2 / 20 Min.

Bilder sagen mehr als tausend Worte.

In **Schritt 2** übertragen Sie die Erkenntnisse aus **Schritt 1** in die COMPANY BRAND EVOLUTION MATRIX.

Die Aufgabe besteht darin, Ihre aktuelle Position und in die Richtung zu lenken, in die Sie sich in Zukunft bewegen möchten.

I. Strategische Ziele 1. Strategische Unternehmensziele / 10 Min. Was wollen wir in Bezug auf quantitative und qualitative Ziele erreichen? 2. Gewünschter Wandel der Unternehmenskultur / 10 Min. Definieren Sie Merkmale, Werte, Identifikation. Wo stehen wir heute – zu überwindende Hindernisse / 10 Min. Was hindert uns daran, unsere Ziele zu leben und zu erreichen?	II. Innovation 3. Zukünftiges Innovationslevel / 10 Min. Wie groß ist der Bedarf an visionärem/innovativen Denken? 4. New Work / 10 Min. Erwünschtes Kollaborationslevel, Bedarf an Agilität. Wo stehen wir heute – zu überwindende Hindernisse / 10 Min. Was hält uns davon ab, Ideen in die Tat umzusetzen?	I. Traditionelle Strukturen	II. Konservativ – New Work Ihre Mitarbeitenden sind der Zukunft zugewandt, aber Ihre Produkte, Ihr Branding und Ihre Kultur spiegeln diesen Geist nicht wider.
III. USPs / Differenzierungsmerkmale 5. Unternehmen / Produktunterscheidungsmerkmale / 5 Min. Was macht unser Angebot einzigartig? 6. Kulturelle Unterscheidungsmerkmale / 5 Min. Was macht uns einzigartig? Wo stehen wir heute – zu überwindende Hindernisse / 10 Min. Was hält uns davon ab, unser Potenzial auszuschöpfen?	IV. Herausforderungen TOP 3 strategischer Herausforderungen / 5 Min. TOP 3 kultureller Herausforderungen / 5 Min. V. Was ist jetzt zu tun? Welche To Do's ergeben sich und sind jetzt auf die strategische Agenda zu setzen? / 10 Min.	III. Traditionelle Strukturen– Innovativ	IV. New Work – Innovativ Spot

Drucken: Originalgröße DIN A4, skalierbar auf DIN A1 – Digital: interaktive Textfelder

Designed für

Datum:

COMPANY BRAND EVOLUTION MATRIX

by markenmover



STEP 1

Beschreiben Sie das gewünschte Zukunftsbild Ihres Unternehmens.

REVIEW DES AKTUELLEN STATUS QUO'S

I. STRAT. ZIELE

1. Strategische Unternehmensziele / 10'

Was wollen wir in Bezug auf quantitative und qualitative Ziele erreichen?

2. Gewünschter Wandel der Unternehmenskultur / 10'

Definieren Sie Merkmale, Werte, Identifikation.

Zu überwindende Hindernisse / 10'

Was hält uns bislang davon ab, unsere Ziele zu erreichen?

II. INNOVATION

3. Zukünftiges Innovationslevel / 10'

Wie groß ist der Bedarf an visionärem/innovativen Denken?

4. New Work / 10'

Gewünschtes Kollaborationslevel, Bedarf an Agilität/Flexibilität.

Zu überwindende Hindernisse / 10'

Was hält uns bislang davon ab, Ideen in die Tat umzusetzen?

III. USPs

5. Unternehmens-/Produktunterscheidungs-merkmale / 5'

Was macht unser Angebot einzigartig?

6. Kulturelle Unterscheidungs-merkmale / 5'

Was macht uns einzigartig?

Zu überwindende Hindernisse / 10'

Was hält uns bislang davon ab, unser Potenzial voll auszuschöpfen?

IV. HERAUSFORDERUNGEN

Top 3 DER strategischen Herausforderungen 2025 / 5'

Top 3 der KULTURELLEN Herausforderungen 2025 / 5'

V. Was ist jetzt zu tun? / 10'

Welche To Do's ergeben sich und sind jetzt auf die strategische Agenda zu setzen?

COMPANY BRAND EVOLUTION MATRIX

by markenmover

STEP 2

WO STEHEN WIR JETZT? WO WOLLEN WIR IN ZUKUNFT SEIN? / 20*

Identifizieren und beschreiben Sie Ihre Brand Evolution Journey.



„Eine *Markenstrategie* schenkt Ihnen
Klarheit darüber, wohin Sie gehen wollen
und wie Sie dorthin gelangen – und ist der
Ruhepuls, der Ihnen *Orientierung* für
Ihr tägliches Handeln gibt.“

**marken
mover**

Maximale *Klarheit* & strategische *Exzellenz* für Ihre *Marke*.

www.markenmover.de

STEP 1

Beschreiben Sie das gewünschte Zukunftsbild Ihres Unternehmens.

REVIEW DES AKTUELLEN STATUS QUO'S

I. STRAT. ZIELE

1. Strategische Unternehmensziele / 10'

Was wollen wir in Bezug auf quantitative und qualitative Ziele erreichen?

2. Gewünschter Wandel der Unternehmenskultur / 10'

Definieren Sie Merkmale, Werte, Identifikation.

Zu überwindende Hindernisse / 10'

Was hält uns bislang davon ab, unsere Ziele zu erreichen?

II. INNOVATION

3. Zukünftiges Innovationslevel / 10'

Wie groß ist der Bedarf an visionärem/innovativen Denken?

4. New Work / 10'

Gewünschtes Kollaborationslevel, Bedarf an Agilität/Flexibilität.

Zu überwindende Hindernisse / 10'

Was hält uns bislang davon ab, Ideen in die Tat umzusetzen?

III. USPs

5. Unternehmens-/Produktunterscheidungs-merkmale / 5'

Was macht unser Angebot einzigartig?

6. Kulturelle Unterscheidungs-merkmale / 5'

Was macht uns einzigartig?

Zu überwindende Hindernisse / 10'

Was hält uns bislang davon ab, unser Potenzial voll auszuschöpfen?

IV. HERAUSFORDERUNGEN

Top 3 DER strategischen Herausforderungen 2025 / 5'

Top 3 der KULTURELLEN Herausforderungen 2025 / 5'

V. Was ist jetzt zu tun? / 10'

Welche To Do's ergeben sich und sind jetzt auf die strategische Agenda zu setzen?