

Brand Management für moderne Marketer

Skalieren Sie Ihre Marketingprozesse, verbessern Sie
die Zusammenarbeit und entlasten Sie externe Partner

Der lange Weg zur Verkaufsstelle

Konsumgüterunternehmen haben viele der bekanntesten Marken der Welt aufgebaut, wie u.a. Nike, Coca-Cola, GE, Budweiser. Sie verlassen sich auf ihre Markenstärke, um an der Verkaufsstelle Präferenzen aufzubauen - in einem Einzelhandelsumfeld, das sie nicht kontrollieren.

Keine einfache Aufgabe: Konsistenz und perfekte Ausführung sind hierfür entscheidend. Der Markenwert, der durch jahrelange Investitionen aufgebaut wurde, kann durch jeden Fehltritt geschwächt werden. Da Verbraucher zunehmend nahtlose Erlebnisse auf einer Vielzahl von Marketingkanälen und -plattformen erwarten, gibt es viele Möglichkeiten, dass etwas schief gehen kann.

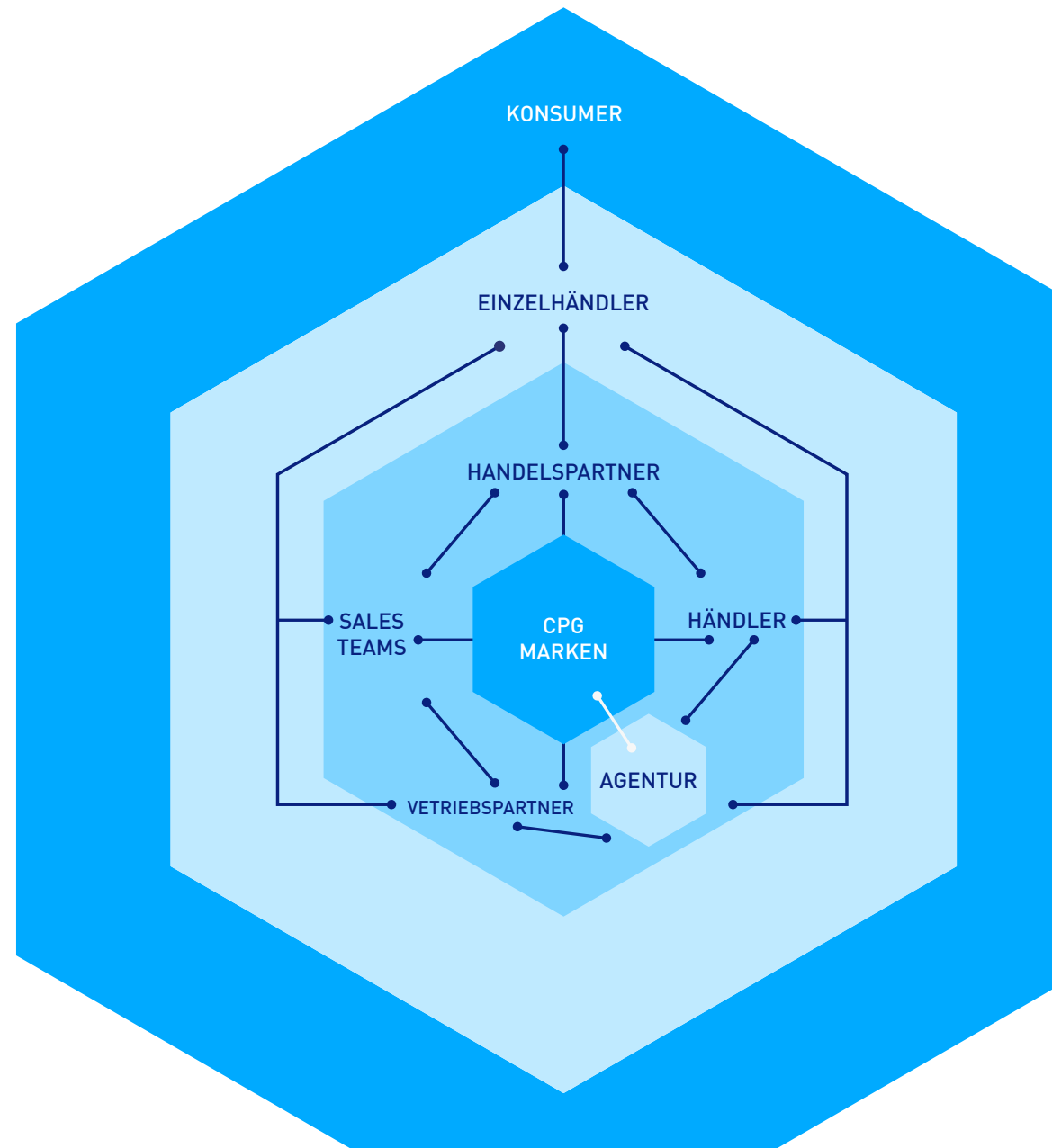
Um Konsumenten zum Kauf zu überzeugen, müssen Unternehmen mit einem komplexen Netz an Agenturen, Vermittlern und Händlern zusammenarbeiten, um ihre Waren zu vermarkten und zu verkaufen.

Führende Unternehmen transformieren ihre Werbestrategien und digitalen Vertriebskanäle, um die Anforderungen der Verbraucher besser zu erfüllen und personalisierte Kundenerlebnisse zu gestalten. **Marketer, die es verstehen, agil zu bleiben und das Kundenerlebnis neu zu definieren, werden zunehmend an Loyalität und Marktanteile gewinnen.**

CPG Marken müssen transformieren, um die Agilität beizubehalten und die Kundenerlebnisse über Berührungspunkte hinweg zu steuern, selbst wenn ihre Geschäftstätigkeit auf neue Kanäle, Kategorien und Gebiete ausgedehnt wird.

In diesem Leitfaden werden die gemeinsamen Herausforderungen und Erfahrungen von CPG Marken (Consumer Packaged Goods) sowie die Überwindung von Problemen für die Schaffung und Aufrechterhaltung einer starken Marke erläutert.

Typische Markenführung von CPG-Unternehmen



Skalierbar, um schnelles
Wachstum zu unterstützen.



Wenn ineffiziente Tools das Skalieren erschweren

Schnelles Wachstum ist toll, doch kann es gleichzeitig das operative Geschäft ruinieren. Ein Konsumgut kann an einem Tag eine Boutique-Spezialität sein, am nächsten Tag von einer nationalen Kette aufgenommen und danach weltweit vertrieben werden.

Wachstum kann ein Unternehmen über Nacht verändern. Kreative Vorgänge müssen skaliert werden, um mithalten zu können. Einzelhändler benötigen Materialien für Displays und Werbeaktionen. Außerdem sollten Vermittler, Verkaufsteams, Händler etc. einen einfachen Zugang zu diesen Informationen haben.

Viele schnell wachsende Konsumgütermarken sind überfordert. Die Tools, auf die sie sich verlassen – eine Kombination aus lokalen Servern, Cloud-Speichern, FTP-Sites und E-Mails – können nicht mithalten. Prozesse werden schnell ineffizient und fehleranfällig, wenn Sie keine zentrale Plattform für das Speichern, den Zugriff und die Verteilung von kreativen Ressourcen haben.



Vereinigen Sie Teams und Ressourcen auf einer zentralen, cloudbasierten Plattform, die Ihre digitalen Inhalte einfach und problemlos managt.

Wachstum über Nacht kann bedeuten, dass Ihre Content Abläufe von der Verwaltung einiger hunderte Marketing Materialien bis hin zu Tausenden reichen. Wenn Sie sich auf Dateispeicherung, E-Mail oder FTP verlassen, um die neuesten, von der Marke genehmigten Logos, Fotos, Verpackungsbilder und Markenrichtlinien freizugeben, kann ein plötzliches oder schnelles Unternehmenswachstum diese Arbeitsweise so gut wie unmöglich machen.

Abgesehen von der Verschwendung von Ressourcen und dem Verursachen von Chaos wirkt sich die Unfähigkeit, Ihr Marken Inhalte zu kontrollieren, letztendlich negativ auf Ihr Markenimage und Ihren Umsatz aus.

Sind Sie bereit, diese Herausforderungen anzugehen? Fangen Sie jetzt an, indem Sie Ihre Teams und Assets auf einer zentralen, cloudbasierten Plattform für alle markenbezogenen Informationen zusammenführen.

Dies erleichtert die Organisation, Suche und den Zugriff auf aktuelle Markenelemente, unabhängig davon, wo Personen arbeiten. Stellen Sie sicher, dass ausschließlich berechtigten Teams Zugriff auf relevante Inhalte erhalten.



Brand Management für moderne Marketer

www.bynder.de

Unterstützen Sie Ihr Designteam:



Organisieren Sie Kreativdateien in einer cloudbasierten Plattform, die für verschiedene Teams skalierbar und zugänglich ist.



Verwenden Sie die von Ihnen gesteuerte Self-Service Zugriff Option (z.B. Zugriffsrechte und -berechtigungen auf Basis von Gruppen oder Standorten).



Finden Sie alle Informationen einfach, indem Sie die Suchfunktion nach Dateityp oder innerhalb von Dateien und Ordnern verwenden.

Seite 5

©2018 Bynder

Managen Sie Ihre Markenstandards –
überall und jederzeit.



Wenn statische Markenrichtlinien im PDF Format nicht mit der schnellen Entwicklung Ihrer Marke mithalten können

Wie können Sie es allen, die sich mit der Markenidentität, Werbung, Verpackung, Verkaufsförderung und Vertrieb befassen es leicht machen, das Markenimage auf dem neuesten Stand zu halten? Die traditionelle Lösung sind Brand Guidelines, die häufig in einem statischen Dokument oder auf einer Webseite veröffentlicht werden. Viele Unternehmen haben jedoch Schwierigkeiten, diese Richtlinien zugänglich und aktuell zu halten und das Veröffentlichen ist zeitaufwendig und teuer.

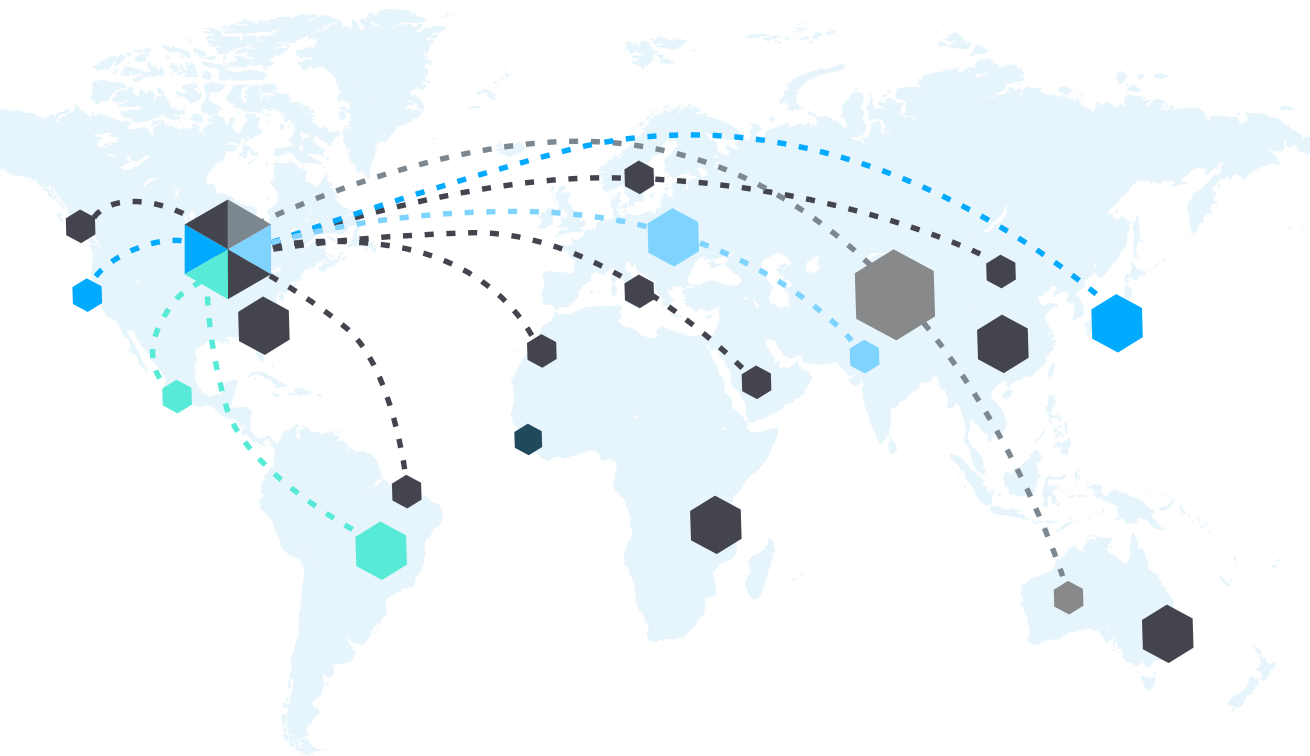
Dies war die Situation von Jack Link, dem führenden Hersteller von Rauchfleisch-Produkten. Jack Link mit Sitz in Wisconsin stellt 100 verschiedene Produkte unter mehreren Marken her, die in 40 Ländern verkauft werden. **Hunderte von Einzelhandelsgeschäften benötigen Zugang zu den Brand Guidelines, die die Assets jeder Marke regeln.**

Eine unglaublich mühsame Aufgabe und das Jack Link Team konnte nicht nachvollziehen, ob seine Einzelhandelspartner die Brand Guidelines auch tatsächlich befolgten. Bis eine Führungskraft eines dieser Geschäfte betrat und bemerkte, was den Alptraum eines jeden Markenmanagers auslöst: **Eine Werbung mit einem alten Logo.**

Damit alle, die mit der Marke zu tun haben, auf dem Laufenden bleiben, hat Jack Link für jede Marke Online-Portale eingerichtet. Jedes Markenportal bietet Zugriff auf die freigegebene Logos, Broschüren, Anzeigen und Werbematerialien sowie Richtlinien für deren Verwendung.

Kein manuelles Aktualisieren von statischen PDFs, versenden dieser per E-Mail und hoffen, dass diese angewendet werden. Das Jack Link Team kann ab sofort seine Brand Guidelines in Echtzeit aktualisieren und Einzelhandelspartner verfügen jederzeit über alle aktuelle Informationen.

Viele CPGs vertrauen auf Brand Guidelines im PDF Format, um mehrere Marken im gesamten Unternehmen zu verwalten. Diese müssen manuell aktualisiert und bei jeder Änderung erneut freigegeben werden.



Die Schlüssel zur Markenkontrolle beinhalten:



Zentralisierte und freigegebene Elemente:
Logos, Farbpaletten, Schriftarten, Bilder,
Videos, Positionierungsanweisungen usw.

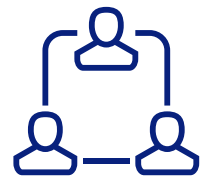


Aktualisierungen in Echtzeit und
automatische Verteilung an Partner und
Stakeholder, die diese benötigen.



Durch die festgelegten
Verteilungskontrollen und Zugriffsrechte
erhalten Partner genau das und nur das,
was sie benötigen.

Effizientere Zusammenarbeit mit Agenturen.

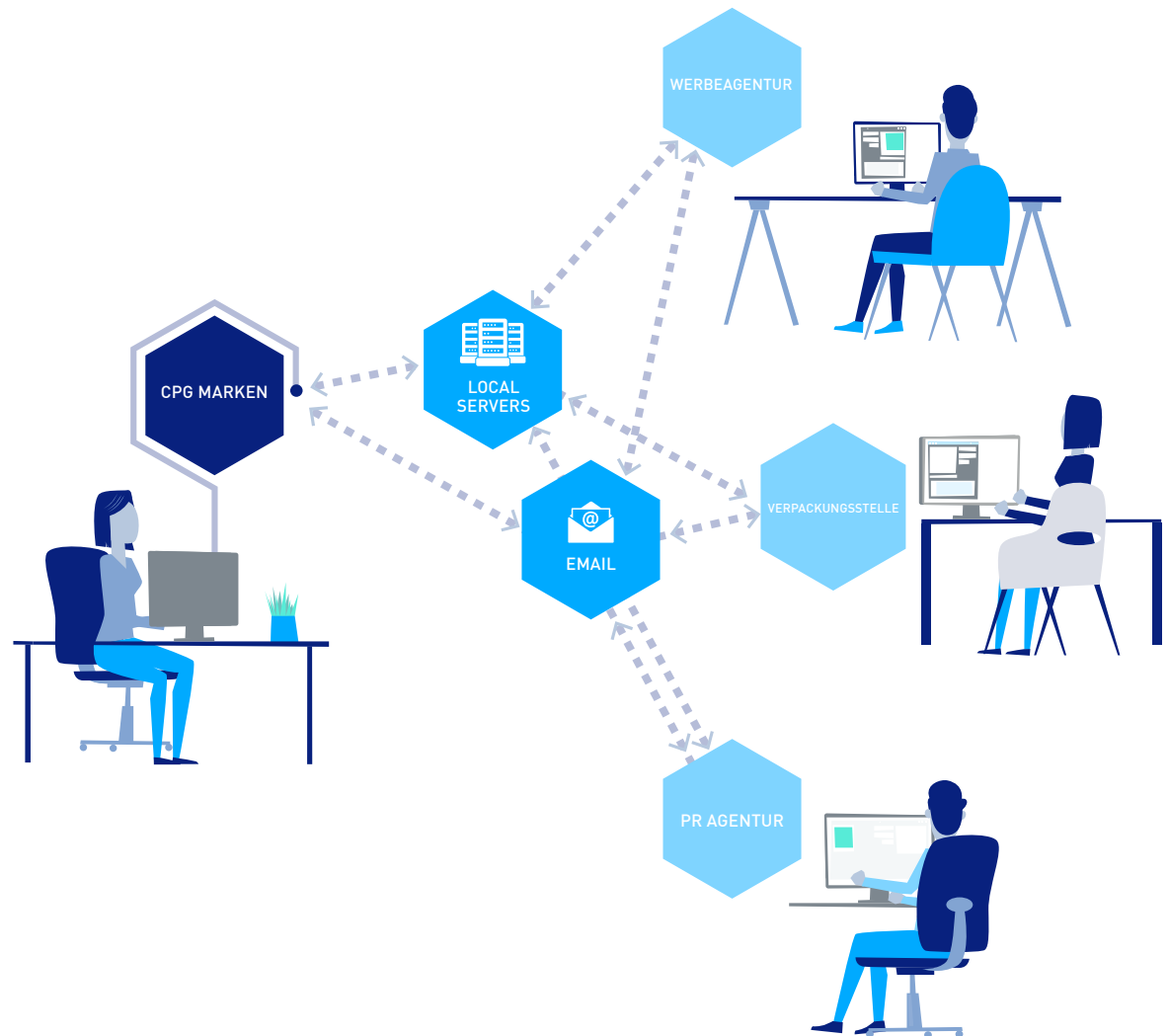


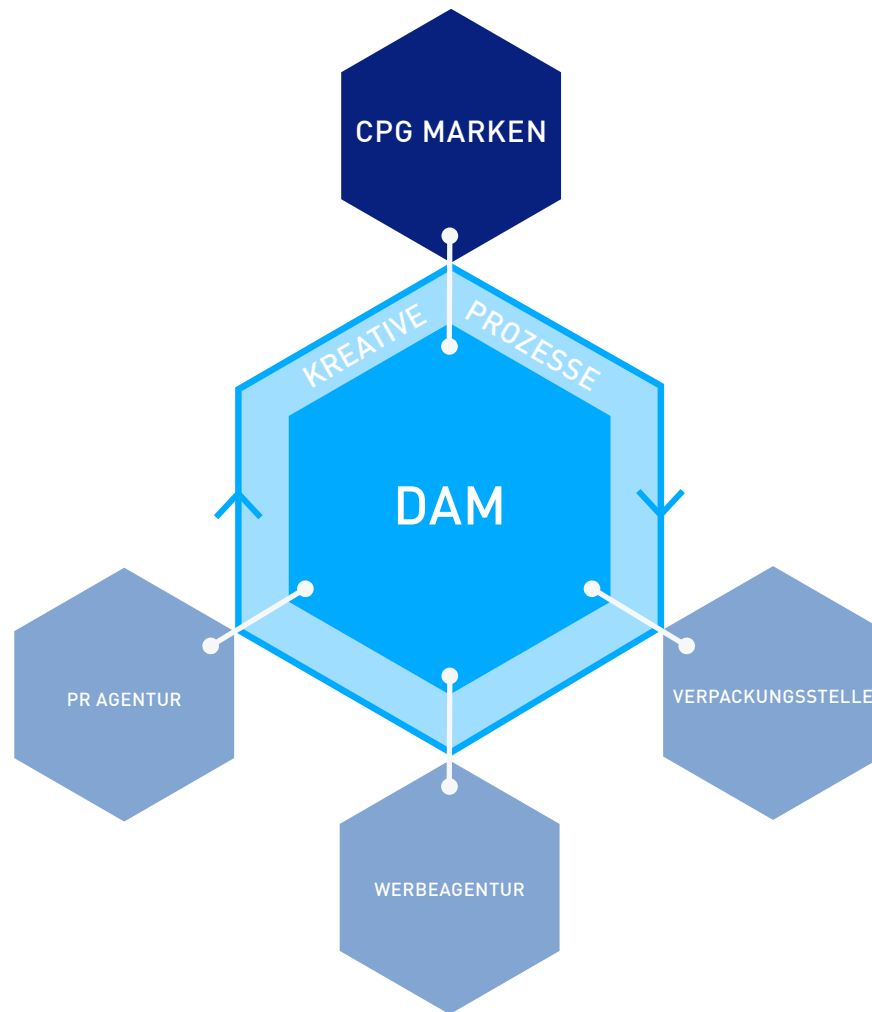
Wenn die externe Zusammenarbeit mit Agenturen kompliziert und zeitaufwendig ist

Die meisten Konsumgüterunternehmen arbeiten mit einer Reihe von Partnern für Werbung, Verkaufsförderung, Verpackung und PR zusammen. Eine Zusammenarbeit ist unerlässlich, aber auch die Kontrolle.

Das Senden von E-Mails und Download-Links ist eine Möglichkeit zur Kommunikation und dem Teilen von Dateien. Es ist jedoch keine effiziente oder sichere Methode zum Managen der kreativen Prozesse, Änderungen und Freigaben.

Und sobald Sie bei der endgültigen Freigabe gelandet sind, sollte sich das Asset in Ihrem Unternehmen und nicht bei der Agentur befinden, um eine endlose Schleife von Anfragen nach Dateien zu vermeiden.





Schlüssel zu einer effizienten Zusammenarbeit mit Agenturen:



Konfigurierbare Berechtigungen zum Steuern des Hochladens, Herunterladens und Anzeigens von Markenelementen.



Displays zur gemeinsamen Überprüfung und Freigabe.



Automatisierte Prozesse für Asset-Anfragen

Vermeiden Sie den Lokalisierungsaufwand von Einzelhändlern und Partnern.

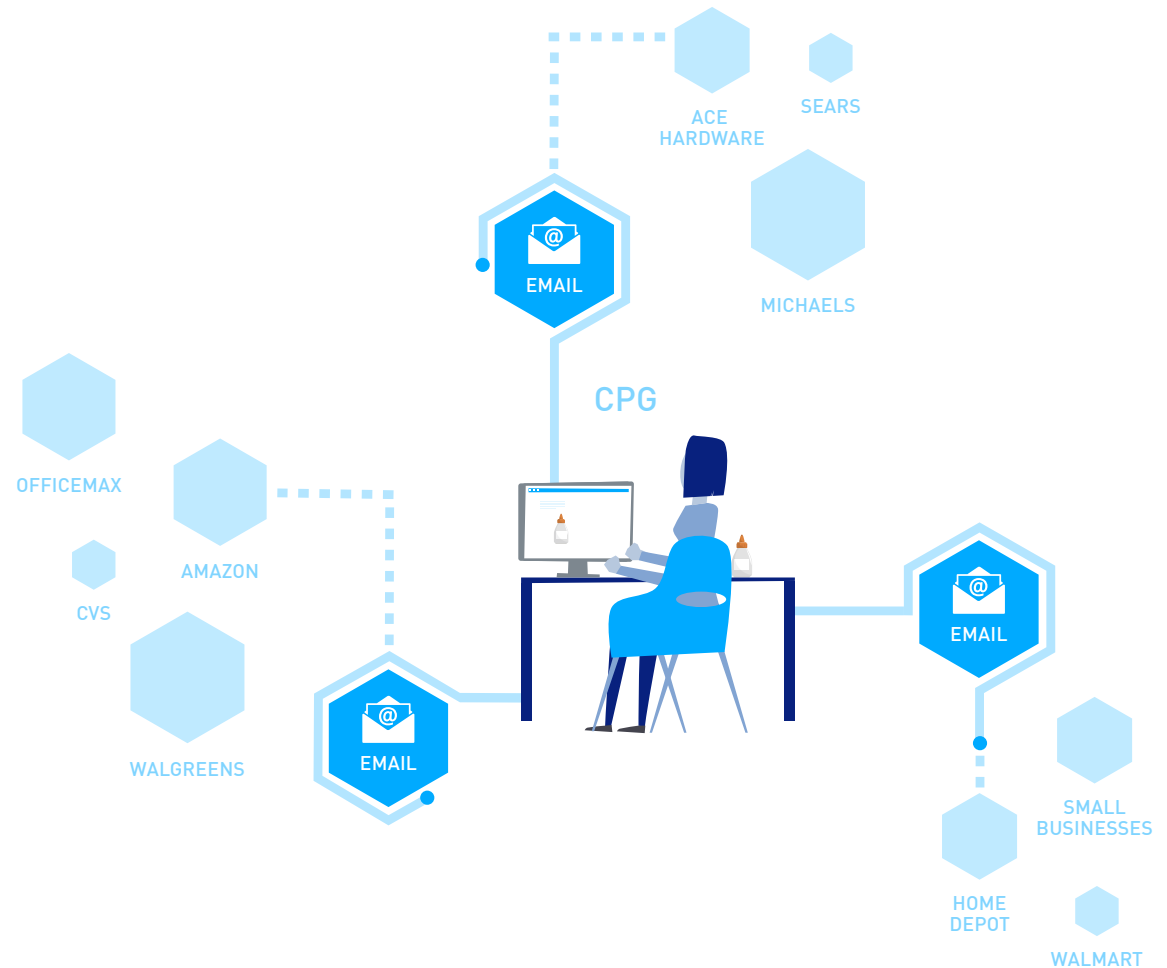


Wenn die Erstellung von benutzerdefinierten Inhalten zu lange dauert

Der Erfolg von CPG Marken liegt bei der Verkaufsstelle. Daher ist es wichtig, die richtigen Informationen zum richtigen Zeitpunkt an die richtigen Einzelhändler zu liefern. Dieser Prozess muss einfach und schnell sein, wenn ein neues Produkt auf den Markt gebracht, eine saisonale Werbung durchgeführt oder nur in einer bestimmten Region eingeführt wird.

Häufig müssen die Einzelhändler die Materialien an die jeweilige Marktsituation anpassen. Kleine Läden verfügen nicht über das technische Know-how, um komplizierte Dateien schnell zu ändern und große Einzelhändler erwarten Schnelligkeit und Effizienz. Möglicherweise müssen Hunderte oder Tausende von Einzelhandelspartnern koordiniert werden, was die Wahrscheinlichkeit eines Brandingchaos erhöht.

Dies ist eine bekannte Herausforderung für viele CPG Marken. Es ist nicht ungewöhnlich, dass Unternehmen kreative Inhalte per E-Mail an ihr Händlernetzwerk versenden. Eine langsame,





Drei Möglichkeiten zur Optimierung der Erstellung lokalisierter Inhalte:



Ermöglichen Sie Einzelhändlern das Anpassen und Lokalisieren von Werbematerialien unter Wahrung der Integrität von Marke und Design.



Machen Sie es Personen leicht, die nicht computerverversiert sind oder nicht viel Zeit aufwenden möchten.



Zentralisieren Sie Distributionskontrollen und Zugriffsrechte, damit Ihre Partner genau das erhalten, was sie brauchen, wenn sie es brauchen.

manuelle Arbeit, bei der viel zu viele Möglichkeiten für kostspielige Fehler bestehen.

Es kann vorkommen, dass Sie mit Tausenden von Einzelhändlern konfrontiert sind, die Zugriff auf Markenmaterialien benötigen, um diese für verschiedene Märkte, Jahreszeiten und Produkte anzupassen und zu lokalisieren. Wie können Sie alle gleichzeitig auf dem neuesten Stand halten?

Durch die Verwendung von Marken Templates und Brand Guidelines können Handelspartner Assets an Ihre Marke anpassen.

Sie können Gestaltungselemente sperren und gleichzeitig Bereiche mit bearbeitbaren Inhalten für Einzelhändler freigeben, um sie an ihre Standorte anzupassen. Dank der intuitiven Benutzeroberfläche ist die Bedienung für kleine sowie große Einzelhändler einfach.



Brand Management für moderne Marketer

www.bynder.de

6 Gründe für den Erfolg von CPGs

Arbeiten Sie mit diesen Grundlagen der betrieblichen Effizienz, um die volle Kontrolle über Ihre Marke zu erhalten.



Zentralisierung

Speichern Sie Ihre Assets auf einer zentralen Markenplattform, die leicht zu durchsuchen und automatisch zu aktualisieren ist.



Konsistenz

Stellen Sie sicher, dass Ihre Kollegen, Partner und Einzelhändler im Rahmen Ihrer Markenrichtlinien arbeiten und ausschließlich aktuelle Informationen nutzen.



Vereinfachung

Unterstützen Sie interne und externe Stakeholder, indem Sie diesen einen Self-Service-Zugriff (auf Berechtigungsbasis) zur Verfügung stellen.



Anpassung

Organisieren Sie von der Marke freigegebene Assets und ermöglichen Sie Ihrem Team, Dateien an die jeweiligen Zielgruppen anzupassen.



Zusammenarbeit

Optimieren Sie den Kreativprozess durch Teilen, Feedback, Freigaben und schließen Sie den Kreis mit Reporting.



Kundenerlebnis

Erleichtern Sie Ihren Handelspartnern die Präsentation und Bewerbung Ihrer Produkte.

Bynder ist der am schnellsten wachsende DAM-Service und bietet Marketingfachleuten eine einfache Lösung für die Verwaltung ihrer digitalen Inhalte in der Cloud.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite: [**www.bynder.de**](http://www.bynder.de).