WERKZEUG

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Multisensuales Marketing | | | | |
| Schritt | **Ansatz** | **Maßnahme** | **Termin** | **Verantw.** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Hintergrund: Eine regionale Mode-Einzelhandelskette verbindet die Weiterentwicklung der Marke mit Erkenntnissen aus der Human-Behavior-Forschung zu einem gesamt-haften Konzept. Dabei werden die Erkenntnisse von multisensualem Marketing verwendet.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Multisensuales Marketing – *Beispiel (Einzelhandel)* | | | | |
| Schritt | **Ansatz** | **Maßnahme** | **Termin** | **Verantw.** |
| 1. Marke und multisensuales Marketing | * Weiterentwicklung der Unternehmensmarke | * Review der Marke bzw. des Leitbildes | 31.03. | A. Stölzle |
| * Verbindung von Markenkonzepten und Erkenntnissen aus multisensualem Marketing | * Multisensorik: Testreihe mit Fokusgruppen | 30.06. | M. Bayer |
| 1. Umsetzung der neuen visuellen Gestaltung | * Neugestaltung der Farbgebung für das Unternehmen | * Entwicklung und Testung des neuen Farbkonzeptes | 31.07. | M. Bayer |
| * Durchgängige Umsetzung in: Logo, Schaufenster, Einrichtungs-Elemente… | * … | … | … |
| 1. Neugestaltung des Webshops | * Umgestaltung des Webauftritts entsprechend der neuen Farbgebung | * Neukonzeption von Website und Webshop (parallel zu 1 und 2) | … | … |
| * … |  |  |  |