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)
 | … | … |
| * …
 |  |  |  |