

Markenarchitekturen und Namenssysteme im B2B

Ein strukturiertes, nachvollziehbares und markenrelevantes Namenssystem schafft in vielerlei Hinsicht Mehrwert für ein Sortiment, für ein Tarifsysteem oder für ein Unternehmen – es muss nur das »Richtige« sein.

Die »Ist-Situation«

Viele Markenverantwortliche – insbesondere in mittelständischen B2B-Unternehmen – stehen vor derselben strategischen Herausforderung: Der Restrukturierung des Produkt- bzw. Markenportfolios ihres Unternehmens und der damit verbundenen Entwicklung eines »tragfähigen« Benennungssystems.

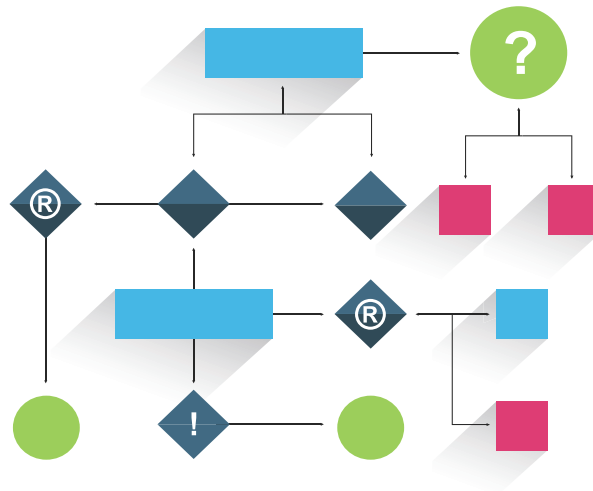
Bei B2B-Sortimenten, deren Namenssysteme historisch bedingt heterogen und nicht linear gewachsen sind, gibt es viele uneinheitliche und für externe Rezipienten schwer nachvollziehbare

»Benennungskonstrukte«. Diese »Hindernisse« können den weiteren Markenauf- / bzw. Ausbau hemmen und erfordern sehr oft einen erhöhten Kommunikationsaufwand, um die bestehende Komplexität eines Portfolios wieder verständlicher machen zu können.

Erschwerend kommt hinzu, dass viele »ältere Marken« aufgrund ihrer Tonalität in den internationalen Märkten nicht verständlich oder gar missverständlich wahrgenommen werden (z.B. bei Akronymen und deren Aussprache in unterschiedlichen Sprachen).

Was muss bzw. kann ein »markenrelevantes Namenssystem« an Mehrwert liefern?

- > Es schafft **Synergieeffekte**
- > Es generiert **Wiedererkennbarkeit**
- > Es gewährleistet **Transparenz** bzw. **Nachvollziehbarkeit**
- > Es dient als »**Identitätstreiber**«
- > Es generiert **Differenzierung** und schafft **Orientierung**
- > Es **minimiert Kosten**



Markenverantwortliche sehen sich daher oft mit Fragen konfrontiert, wie z.B.:

- *Wie verändert man nachhaltig die Markenarchitektur?*
- *Welche strategische Parameter gilt es zu beachten?*
- *Welche Marken lassen sich eliminieren – welche müssen bleiben?*
- *Was kann, was muss neu benannt werden?*
- *Welches Benennungssystem ist das Richtige?*
- *Welche Kosten – insbesondere markenrechtlich – fallen an?*

Markenarchitektur & Namenssystem

Die Basis eines erfolgreichen Benennungssystems bildet immer die jeweilige Markenarchitektur. Sie ist das »strategische Gerüst« und dirigiert zugleich die Wechselbeziehungen aller Marken untereinander. Erst auf dieser Grundlage lässt sich ein erfolgreiches Benennungssystem bzw. eine Namensarchitektur entwickeln und nachhaltig umsetzen.

Ziel ist die Generierung eines inhaltlich und kommunikativ nachvollziehbaren Benennungssystems, dass die Ausrichtung und Wechselwir-

kung der Produkte bzw. Strukturen von Unternehmen unverkennbar macht und eindeutig positioniert.

Es muss Orientierung geben und gleichzeitig variabel erweiterbar sein, um zukünftige Produkte und Services integrieren zu können.

Unsere »Leistungen«

Als »Naming-Experten« helfen wir Unternehmen dabei, bestehende Namenssysteme zu analysieren, zu bewerten oder zu restrukturieren. In Abhängigkeit von der Größe des jeweiligen Produktprogramms bzw. der Komplexität des bestehenden Namenssystems, bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Lösungen, um Ihr Marken-namenportfolio strategisch und operativ effizient und zukunftsfähig machen zu können.

Unsere Leistungsangebot:

- *Analyse & Beratung bestehender Markenportfolios*
- *Prüfung & Bewertung von Namenssystemen*
- *Restrukturierung bestehender Nomenklaturen*
- *Entwicklung zukunftsfähiger Namenskonzepte*
- *Erstellung von Naming-Guidelines*
- *Naming-Workshops*

Über uns

»SSBC BRAND CONSULTING« fungiert als »Markenberatungsagentur« mit Sitz in Stuttgart. Wir vereinen die Leistungen einer strategischen Markenberatung mit denen einer Branding-Agentur und unterstützen Unternehmen ganzheitlich bei ihrem Markenmanagement – strategisch und kreativ.

Als Namensspezialisten verfügen wir über eine ausgewiesene Expertise innerhalb unterschiedlichster Branchen, wie z.B.: Finanz-/ und Versicherungswirtschaft, Medizintechnik, Telekommunikation, Chemie, Pharma, Maschinenbau, (...).

Nachstehend eine ausgesuchte Auswahl an Auftraggebern, für die wir im Bereich »Naming« tätig waren oder es noch sind:



SSBC BRAND CONSULTING
Markenberatung + Markenagentur

Auf dem Haigst 23
D-70597 Stuttgart

T +49 (0)711 - 664 870 11
F +49 (0)711 - 664 870 12
E info@ssbc.de
I www.ssbc.de

