

Markenerlebnisse messen, managen, maximieren mit dem MMS Brand Development System

MMS Brand Development System: das erste und einzige Verfahren, das es ermöglicht, Markenpräferenz und Markenerlebnisse in einer an Marktanteilen validierten Währung zu messen, zu managen und zu maximieren.

Welcher Markenverantwortliche kann heute mit hinreichender Präzision sagen, welchen Beitrag zum Markenerlebnis und zur Markenpräferenz die einzelnen Aktivitäten für seine Marke haben? Was bringt die klassische Werbung im Vergleich zur Empfehlung eines Verkäufers im Handel? Welchen Beitrag hat die Probe als Beilage zur Anzeige im Vergleich zur Facebook Präsenz? Und im Vergleich zur eigenen Website oder einem Bericht der Stiftung Warentest? Oder der Empfehlung von Freunden oder Bekannten? Und wie hoch ist der Return jeder Aktivität, gemessen an den jeweiligen Ausgaben?

Für Markenverantwortliche ist es entscheidend zu verstehen:

- Wie **stark** ist das **Markenerlebnis** meiner Marke(n), auch im Vergleich zum Wettbewerb?
- Und welchen **Beitrag zum Markenerlebnis** leisten spezifische Kanäle Inhalte und Signale?
- Welche **Kanäle** (mediale und non-mediale) sind am besten geeignet, die Zielgruppe(n) zu erreichen und deren Markenerlebnis zu prägen?
- Welche **Inhalte** sind die richtigen, um für die Marke Begehren auszulösen und Präferenz zu schaffen?
- Welche **Signale** sind am besten geeignet, diese Inhalte explizit und implizit zu transportieren und für die Marke zum

Musiol Munzinger Sasserath

Gesellschaft für umsetzungsorientierte
Markenberatung und Markenentwicklung mbH i.G.

Geschäftsführung
Marc Sasserath, Christiane Wenhart

hello@musiolmunzingersasserath.com
www.musiolmunzingersasserath.com

Büro Berlin

Rosenstraße 18
D-10178 Berlin

T +49 30.7790777-70
F +49 30.7790777-99

Büro Nürnberg

Bartholomäusstraße 26 C
D-90489 Nürnberg

T +49 911.9551260-00
F +49 911.9551260-90

Amtsgericht Berlin
DUNS-Nr.: 312678716

Registrier-Nr.: 702627

Deutsche Bank
BLZ 100 700 24
Konto-Nr. 951 506 500

Besitzstand bzw. zur unverwechselbaren Signatur werden zu lassen?

- Wie hoch ist der **Return on Investment** in diese Maßnahmen?

MMS Brand Development System ist ein Steuerungsinstrument, das hilft zu verstehen, welche Kanäle, welche Inhalte und welche Signale am besten geeignet sind, definierte Markenziele effizient und effektiv zu erreichen.

MMS Brand Development System: Ein Steuerungssystem für mehr Effektivität und Effizienz für Marken.



Das MMS Brand Development System ist ein Input (Investment)/Output (Markenerlebnis)-System mit Evaluations- und Steuerungsmodulen. Ausgangspunkt sind die Investitionen in die Marke. Diese manifestieren sich in den Verknüpfungen zwischen Marke und Mensch (operationalisiert über Kontaktpunkte), d.h. in Inhalten und Signalen, die über bestimmte Kanäle zu den Menschen gelangen. Über diese

Verknüpfungen entsteht bei den Menschen ein Markenerlebnis, das Markenpräferenz steuert und sich in Marktanteilen manifestiert. Durch die Relationen von Input (Investment) und Output (Markenerlebnis) lassen sich klare Return on Brand Investment (ROBI)-Berechnungen durchführen. Zusätzlich wird die (längerfristig stabile) Markenstärke erhoben und in Beziehung zu den Steuerungsgrößen gesetzt.

Das MMS Brand Development System ist ein iteratives und interaktives Steuerungssystem konzipiert und wird individuell auf die Anforderungen jeder Marke und jeder Kategorie maßgeschneidert.

Zentrales Steuerungselement in dem Modell ist der Dreiklang aus Kanälen, Inhalten und Signalen. Ausgangspunkt ist ein umfassendes Verständnis der Beziehungen zwischen Menschen (ihrem Denken, Fühlen und Handeln), Marken (harte und weiche Werte und Manifestationen) und Märkten (Trends, Segmente, Wettbewerber) vor dem Hintergrund der Rahmenbedingungen in Umwelt, Gesellschaft, Politik und Wettbewerb. Dieses Wissen ist die Basis, um Kanäle, Inhalte und Signale zu steuern und damit dauerhafte Präferenz für die Marke und ihren Erfolg im Markt zu schaffen.

Das MMS Brand Development System kann in 5 unabhängigen, aber verknüpfbaren Stufen eingesetzt werden:

1. **BDS Workshop:** Gibt erste Einblicke über relevante Inhalte, Signale, Kanäle in einer Kategorie und für bestimmte Marken
2. **BDS Status:** fundierter quantitativer Überblick über die Größe des Markenerlebnis im Wettbewerbskontext und deren Treiber (Inhalte, Signale, Kanäle), Bestimmung von Brand Interaction Ratio und Brand Transaction Ratio
3. **BDS Tracking:** Monitoring des Markenerlebnis und der Treiber (Inhalte, Signale, Kanäle)

4. **BDS ROI:** Bestimmung des Return on Brand Investment für das Gesamtbudget sowie alle budgetierten Kontaktarten
5. **BDS Development:** Weiterentwicklung des Markenerlebnis über die gezielte Stärkung von Inhalten, Signale, Kanälen, Optimierung der Verknüpfungsstrategie

Das MMS Brand Development System wurde bereits erfolgreich in den Kategorien Lebensmitteleinzelhandel, Mode und Bekleidung, PKW, Technologie eingesetzt.

Gerne zeigen wir Ihnen an Hand von Praxis-Beispielen, wie Ihnen das MMS Brand Development System helfen kann, Ihre Markenerlebnisse und -präferenzen zu managen, die Investitionen in Ihre Markeninvestitionen wirkungsvoll zu steuern und den Return zu maximieren.

Ihr Ansprechpartner:

Uwe Munzinger
Geschäftsführer
T + 49 30 7790777-83
um@musiolmunzingersasserath.com