

Projektbeispiel: Markenpositionierung

Busuu ist weltweit das größte soziale Netzwerk zum Erlernen von Sprachen. Auf dem Internetportal wird audiovisuelles Lernmaterial in 12 verschiedenen Sprachen angeboten. Zudem können Lerngemeinschaften gebildet werden, indem eine Community von über 60 Millionen Muttersprachlern weltweit genutzt werden kann.



Herausforderung

Um eine Marke nachhaltig ausrichten zu können, ist eine klare Markenpositionierung, sowie die damit verbundenen Definitionen und Analysen der Zielgruppen, Wettbewerber und Marketingmaßnahmen von hoher Wichtigkeit.



Maßnahmen

- Workshop mit GF (inkl. Vor-, Nachbereitung)
- Zieldefinition und Maßnahmenplan für TV-Markenkampagne
- Überarbeitung der Vision
- Analyse/ Differenzierung von relevanten Wettbewerbern und Zielgruppen (Free/Premium User)
- Definition von Positionierungsmerkmalen und Zielposition der Marke
- Erhebung und Identifikation von Markenwerten, Kreation eines Markenkerns
- Formulierung von Markenbotschaften (Consumer Insight, Barrier to overcome, Promise, Reason why) für Zielgruppen
- Erstellung von Briefing-Unterlage für TV-Spot Umsetzung durch Agentur, Begleitung bei Agenturauswahl und Umsetzungsplanung



Ergebnisse

Brand Awareness deutlich gesteigert, Image kongruent zur Positionierung aufgebaut; Traffic, Registrierungen und Conversion messbar gesteigert

Im Workshop mit enable2grow konnten wir in kurzer Zeit unsere Marke völlig neu erleben und nachhaltig ausrichten. Das darauf folgende Briefing bot uns eine erstklassige Basis unsere TV-Kampagne schnell und erfolgreich umzusetzen.

Bernhard Niesner, CEO, Busuu Online S.L.

