

## Checkliste mit 15 Fragen

- 1 Haben Sie die Zulassung als rechtliche Basis berücksichtigt?
- 2 Haben Sie Publikationen als wissenschaftliche Basis genommen?
- 3 Falls vorhanden, haben Sie Konzepte von Headquarters gelesen?
- 4 Wird Ihr Produkt latente und offenkundige Bedürfnisse erfüllen?
- 5 Ist der Nutzen Ihres Angebotes eindeutig und klar ausgedrückt?
- 6 Wird Ihre Überlegenheit für den Kunden deutlich?
- 7 Ist der nächste Schritt, den der Adressat tun soll, sofort erkennbar?
- 8 Sind die zehn wichtigsten Worte des Markenvokabulars klar?
- 9 Kennen alle in der Firma die drei Kernbotschaften ("Core Claims")?
- 10 Haben Sie die wichtigste Zahl aus den Studien identifiziert?
- 11 Haben Sie Ihre Texte in ein lesefreundliches Schriftbild gekleidet?
- 12 Haben Sie Ihren Entwurf bei den relevanten Zielgruppen getestet?
- 13 Haben Sie Ihren Entwurf an das erhaltene Feedback angepasst?
- 14 Haben Sie ein sofort verständliches, wissenschaftliches Diagramm?
- 15 Haben Sie zielführende Bilder und Fotos?

## Auswertung

Wenn Ihre Antwort 14 oder 15mal "Ja" lautet: Sie haben hervorragende Arbeit geleistet. Anderenfalls finden Sie praktische Tipps auf:

[www.umbachpartner.com/de/positionierung-eine-starke-marke-praegen](http://www.umbachpartner.com/de/positionierung-eine-starke-marke-praegen)