| ***Multisensuales Marketing:*** *Werkzeug* |
| --- |
| ***Schritt*** | ***Ansatz*** | ***Maßnahme*** | ***Termin*** | ***Verantw.*** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

| ***Multisensuales Marketing:*** *Beispiel Einzelhandel* |
| --- |
| Hintergrund: Eine regionale Mode-Einzelhandelskette verbindet die Weiterentwicklung der Marke mit Erkenntnissen aus der Human Behavior Forschung zu einem gesamthaften Konzept. Dabei werden die Erkenntnisse von multisensualem Marketing verwendet. |
| ***Schritt*** | ***Ansatz*** | ***Maßnahme*** | ***Termin*** | ***Verantw.*** |
| **1. Marke und multisensuales Marketing** | * Weiterentwicklung der Unternehmens-Marke
 | * Review der Marke bzw. des Leitbildes
 | 31.03. | A. Stölzle |
| * Verbindung von Markenkonzept und Erkenntnissen aus multisensualem Marketing
 | * Multisensorik: Testreihe mit Fokusgruppen
 | 30.06. | M. Bayer |
| **2. Umsetzung der neuen visuellen Gestaltung** | * Neugestaltung der Farbgebung für das Unternehmen
 | * Entwicklung und Testung des neuen Farbkonzepts
 | 31.07. | M. Bayer |
| * Durchgängige Umsetzung in: Logo, Schaufenster, Einrichtungs-Elementen…
 | * …
 |  |  |
| **3. Neugestaltung des Webshops** | * Umgestaltung des Webauftrittes entsprechend der neuen Farbgebung
 | * Neukonzeption von Website und Webshop (parallel zu 1 und 2)
 | … |  |
| * …
 | * …
 |  |  |