| ***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) | … |  |
| * … | * … |  |  |