

BR STRATEGIE COPYTEST

Planning Praktikum I Hamburg 2018

DIE AUFGABE

Hallo.

Schön, dass Du zu unserem Teams gehören möchtest!

Bevor wir Dich zu uns in die Speicherstadt einladen, möchten wir Dich und Deine strategische Denke gern etwas näher kennenlernen.

Bitte lies Dir die Aufgaben sorgfältig durch und bearbeite sie kurz und knackig auf je einer Seite.

Behalte dabei im Hinterkopf, dass es als Strategie zu Deinem Handwerk gehört, auch komplexe Dinge auf das Wesentliche zu reduzieren und sie so aufzubereiten, dass sie Kollegen und Kunden nicht nur verstehen, sondern begeistern.

Manchmal sagen ein Bild oder eine Grafik mehr als tausend Worte.

Viel Spaß!

DEIN STECKBRIEF

A stack of Polaroid photos is shown on a wooden surface. The topmost photo has a black background with the white text "Dein Bild hier." written on it. Below it, several other Polaroid photos are visible, some showing colorful abstract patterns.

Dein
Bild
hier.

Dein Name

Strategic Planning Praktikant/in bei BrawandRieken

Ein kurzer Text, der Dich vorstellt und uns etwas überraschendes über Dich verrät.

Deine Kerndaten:

Alter, Wohnort, Kontaktdaten

Dein Werdegang:

Seit 2018 Strategic Planning Praktikant/in bei
BrawandRieken Communications

20XX - 20XX Deine wichtigsten Stationen

Deine Lieblingsmarken:

z.B. Rügenwalder Mühle, Alcon & Milka

RÜGENWALDER VEGETARISCH ZIELGRUPPE

Zeit, dass sich was dreht.

Seit Ende 2014 hat die Rügenwalder Mühle eine neue Produktrange auf dem Markt. Das Sortiment geht über vegetarischen Schinken Spicker in verschiedenen Sorten über vegetarische Mühlen Frikadellen hin zu Salami und Schnitzel.

Beschreibe uns die Zielgruppe der Rügenwalder Vegetarisch Produktrange.

Beantworte dabei unter anderem die Fragen:

- Mit was für Menschen sprechen wir?
- Wie sieht ihre Lebenswelt aus?
- Für wen sind die Produkte interessant/relevant?
- Warum kaufen sie Rügenwalder Vegetarisch?



Zu Aufgabe 1

ZIELGRUPPENANALYSE RÜGENWALDER VEGETARISCH

RÜGENWALDER VEGETARISCH WETTBEWERB

Ein wachsender Markt.

Gleiche Produktrange, andere Frage. Diesmal möchten wir von Dir wissen, wie Du Rügenwalder Vegetarisch im Wettbewerbsraum positionieren würdest.

Seite 1:

Definiere die relevanten Wettbewerber für unsere Produkte.

Was sind die jeweiligen Stärken & Schwächen der Konkurrenz und welche Kernwerte zeichnen sie aus?

Seite 2:

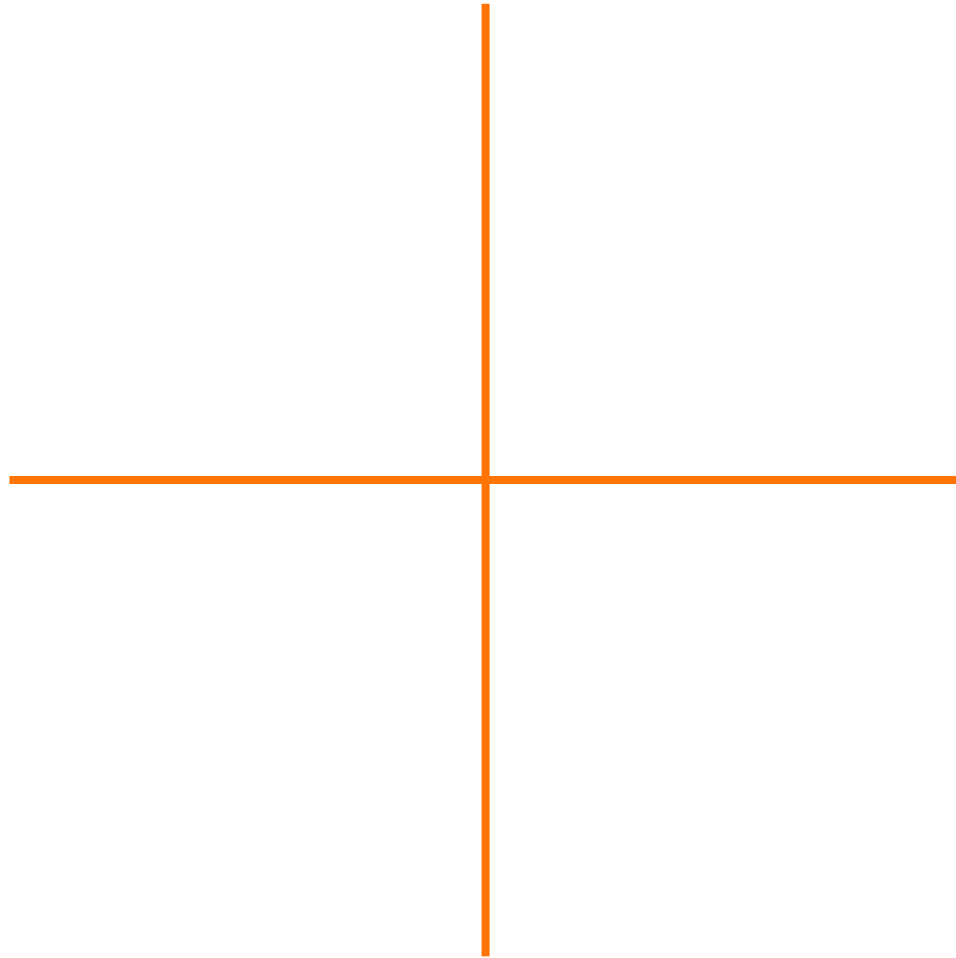
Definiere die Pole des Positionierungskreuzes und ordne die identifizierten Konkurrenz-Marken/Produkte und Rügenwalder Vegetarisch im Positionierungsraum ein.

Zu Aufgabe 2

WETTBEWERB VEGETARISCHE WURSTWAREN

Zu Aufgabe 2

POSITIONIERUNG VEGETARISCHE WURSTWAREN



MARKEN WACHSEN HELFEN

Zahn der Zeit.

Die Zeiten ändern sich und manchmal verpassen Marken den Anschluss oder versäumen, mit ihren Konsumenten zu wachsen bzw. sich für neue Kunden aktuell & attraktiv zu halten.

Wir möchten von Dir wissen:

- Bei welcher Marke siehst Du eine solche Problematik?
- Was sind die Herausforderungen vor denen diese Marke steht?
- Wie würdest Du sie beraten und weiterentwickeln?

Zu Aufgabe 3

MARKENENTWICKLUNG

HERZENSANGELEGENHEIT

Lovebrands.

Jetzt geht es um Deine persönliche Lieblingsmarke.

Gestalte ein Moodboard, das uns zeigt, was Deine Lieblingsmarke ausmacht, für was sie steht und welche Rolle sie in Deinem Leben spielt.

Zu Aufgabe 4

MOODBOARD LOVEBRAND

DANKE

Peter Brawand

Telefon + 49 (0) 40 30 70 70 - 333

Fax + 49 (0) 40 30 70 70 - 100

Mobil + 49 (0)173 / 32 30 644

p.brawand@brawandrieken.de

www.brawandrieken.de

Torsten Rieken

Telefon + 49 (0) 40 30 70 70 - 222

Fax + 49 (0) 40 30 70 70 - 100

Mobil + 49 (0) 175 / 43 22 957

t.rieken@brawandrieken.de

www.brawandrieken.de

Copyright

Alle in Konzeptionen, Manuskripten und Präsentationsschriften enthaltenen Inhalte verbleiben mit Urheber- und Nutzungsrecht bei der BrawandRieken Communications GmbH.

Die Weitergabe aller Unterlagen, Manuskripte der Präsentationsschrift im Ganzen oder in einzelnen Teilen sowie eine Veröffentlichung, Verbreitung, Nachbildung oder sonstige Verwertung der präsentierten Konzepte, Lösungen und Ideen ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung von BrawandRieken nicht erlaubt.

Werden die präsentierten Konzepte, Lösungen und Ideen nicht entsprechend dem Vorschlag verwendet und in vollem Umfang abgegolten, so ist BrawandRieken berechtigt, die Inhalte in vollem Umfang oder Teile davon anderweitig zu verwenden.

Hamburg, 2018

Copyright

The entire content of concepts, documents, written or otherwise, and Presentation copy are the sole intellectual property of BrawandRieken Communications GmbH, and are subject to applicable Copyright and laws applicable to usage rights.

The distribution of any content, written or otherwise, contained in this presentation, in part or in full, or the publication, distribution, reproduction or any other utilization of the presented concepts, solutions or ideas is only permitted with the written approval of BrawandRieken.

BrawandRieken reserves the right to utilize, in part or in full, any fully compensated concepts, solutions and ideas not utilized in the sense of the proposal.

Hamburg, 2018