

KUNDEN KOMMUNIKATION

PROFESSIONELLES KOMPONENTEN-BRANDING

Einen Wettbewerbsvorteil schaffen und in Fahrt kommen. **Miteinander.**

Intel inside. Nur zwei Wörter auf Ihrem PC oder Laptop. Aber sie sind ein Versprechen für die Leistung und Zuverlässigkeit des Rechners. So weit entfernt von einander wie Computer und Unterwäsche erscheinen, ist es trotzdem das beste Beispiel für erfolgreiches Komponenten- und Co-Branding.

Die Idee eines Wettbewerbsvorteils, der auf der Qualität der Teile eines Marken Partners beruht, findet man fast in jeder Branche. Und seit man Produkte im Internet vergleichen kann, steigt die Zahl dieser Co-Branding Partnerschaften. Viele Hersteller – von Autos bis Elektronik – haben ihren Fokus immer noch auf aggressiver Preispolitik. Aber bei diesem Wettkampf können Europäer und Amerikaner langfristig nicht gewinnen. Wir müssen uns auf unsere wahren Stärken konzentrieren, wie Qualität, Zuverlässigkeit und Innovation. Und dies auch unseren Kunden vermitteln – immer wieder.

Ihr Vertrauen in unsere Marken ist das Versprechen, das wir erfüllen müssen.

Das bringt uns zurück zum Co-Branding. Eine Lieferanten-Marke mit einer Endkunden-Marke zu vereinen, kann die Leistungskraft beider verbessern. Aber dies trifft nicht nur bei zwei starken Marken zu.

Obwohl MUEHLMEIER Bodyshaping “nur” ein Lieferant für die Mode-Hersteller ist, war dem Unternehmen immer auch die Kommunikation mit den meist weiblichen Endkunden wichtig. Mit einer

provokativen Produktstrategie wird die Bekanntheit der Marke MUEHLMEIER bei Frauen weltweit steigen. Und der innovative und bewährte Lieferant von BH-Schalen arbeitet hart an diesem Ziel (vgl. Interview mit Roman Muehlmeier).

Die neue Kampagne – basierend auf der Idee “The Secret behind Her Secret” – wird die Umsetzung einer branchenführenden Komponenten-Branding Strategie. Sie stärkt MUEHLMEIER in der Verbraucherwelt und bietet den weiblichen Markenanhängern der großen Brands weitere reale Produkt-Versprechen.

„DEN WETTKAMPF DER PREISPOLITIK KÖNNEN EUROPÄISCHE UND AMERIKANISCHE HERSTELLER NICHT GEWINNEN.“

Aber das ist erst der Anfang. Immer im Sinne von „The Secret behind Her Secret“, kann MUEHLMEIER es kaum erwarten, die neuen und kreativen Möglichkeiten zu demonstrieren, wie die Co-Branding Strategie ins Leben gerufen wird.

Nutzen Sie jetzt die Chance, neue Produktvorteile, die in Ihrem Produkt verbaut sind, im Markt gemeinsam bekannt zu machen!

Kontaktieren Sie Frau Inge Seidl-Jondral, die Co-Branding-Verantwortliche bei MUEHLMEIER.

+49 9635 9219 25
seidl-jondral@muehlmeier.eu

