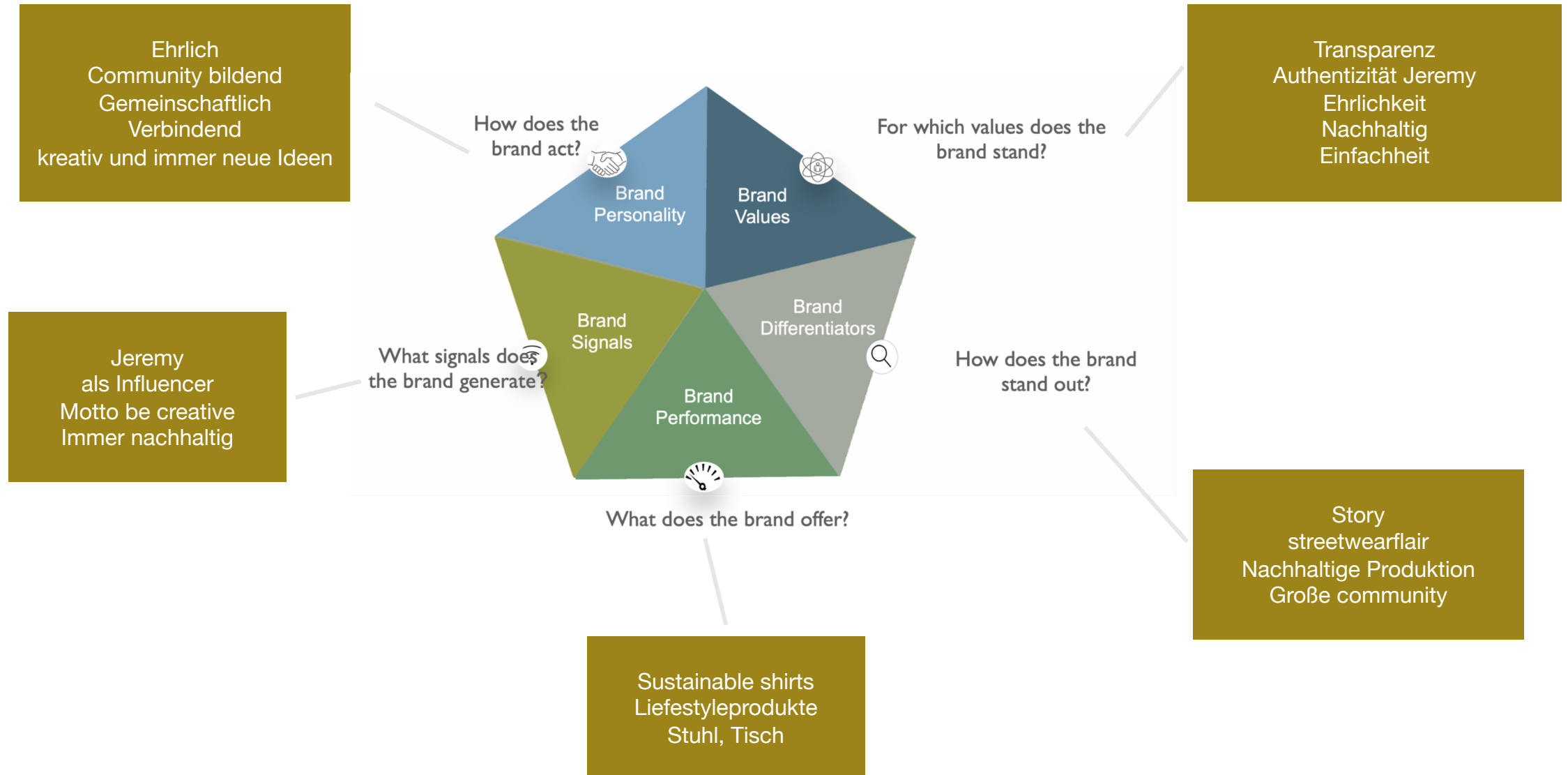


**Positionierungs-
Workshop.
Personas.**

Das Markenkernmodell.

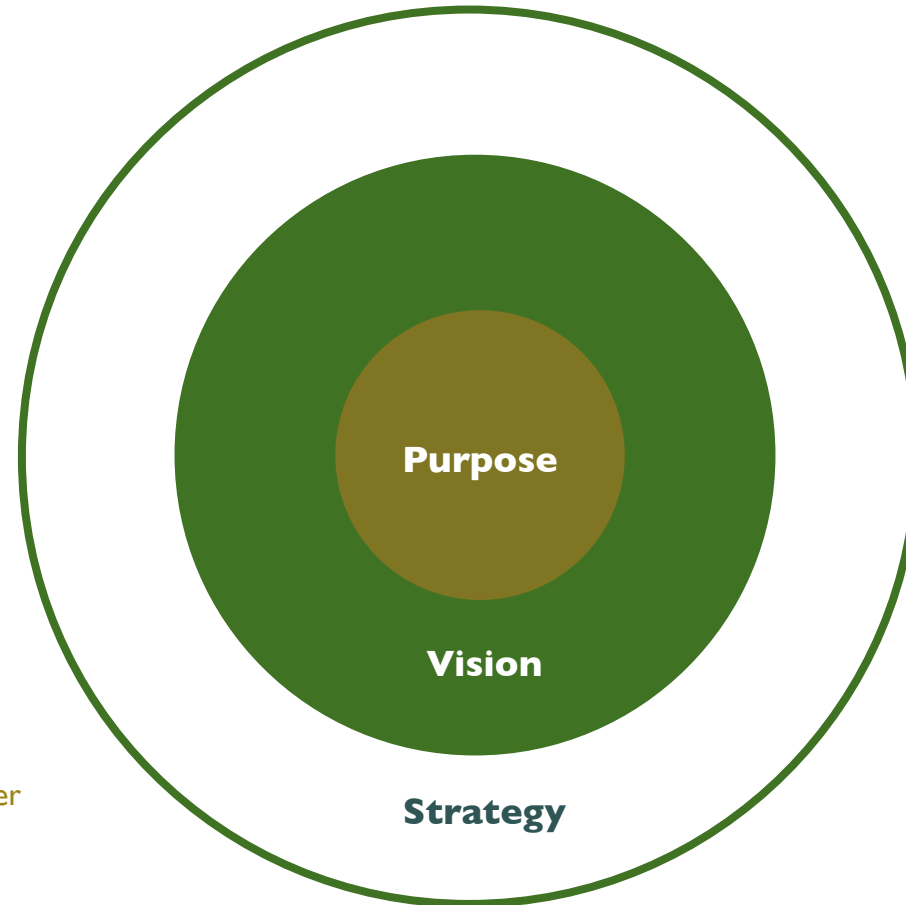


Der Markenzweck.

MIP begeistert und bereichert mit seinen nachhaltigen Lifestyleprodukten Menschen und schafft eine community, die ähnlich denkt und agiert.

MIP etabliert mit seinen Lifestyleprodukte einen nachhaltigen Lebensstil.


MIP entwickelt sich kontinuierlich zu einer relevanten und coolen nachhaltigen Marke weiter (website/ communication/ Kooperationen)



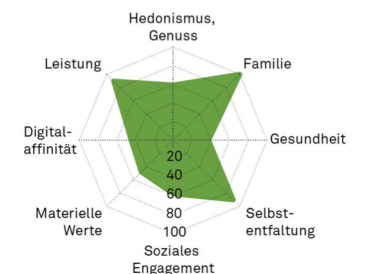
Three things every Organization (and person) needs to know by heart:

- The reason you´re doing what you are doing
- What things look like if you succeed
- An ever- adapting plan for how to get there

Beispielhafte Persona

Bild/ Foto 	Lebenssituation Arbeitet 80% als Kommunikationsmanagerin bei techem. Hat eine Eigentumswohnung mit Garten im Westend Nähe Grüneburgpark. Ihr Mann ist Professor für Nachhaltigkeit. Ihr Sohn ist 12 Jahre alt und geht ins Gymnasium. Reisen in Europa und zur Familie.	Ziele? Sie möchte für ihren Sohn eine gute Erziehung und Ausbildung. Bessere work/lifebalance
Wie würde er/ sie sich in 3 Sätzen vorstellen? Arzu ist sehr ehrlich, sozial engagiert. Ihre Arbeit ist ihr sehr wichtig, aber sie ist auch sehr Familienorientiert. Freundschaften sind ihr wichtig und sie trifft sich häufig mit ihren Freundinnen.	Aufgaben Mutter, arbeitet, macht Yoga,	Motivatoren Sie liebt Freundschaften und lädt viel ein.
Woran erkenne ich sie/ er auf der Strasse? Sie ist sehr gut angezogen und immer gepflegt und hat eine sehr zugewandte positive Ausstrahlung	Schmerzpunkte Zuviel Arbeit. hat Schulterprobleme	Fähigkeiten Sie ist sehr gebildet, liest viel, super nachhaltig unterwegs, sehr beliebt und vertrauensvoll
Name: Arzu Gourge	Techniknutzung Gutes und normales Verhältnis zu Technologie	Lebensstilgruppe. Progressive parent. „Ich glaube, dass wir jedem mehr Freiheit schenken, wenn wir Familie und Beruf sowie uns selbst als Männer und Frauen nicht mehr als Gegensätze definieren.“
Alter: 53	Kommunikation. Kanäle. Instagram,postet selbst aber nicht, Ist online sehr aktiv unterwegs.	Lebensstilgruppe. Progressive parent. „Ich glaube, dass wir jedem mehr Freiheit schenken, wenn wir Familie und Beruf sowie uns selbst als Männer und Frauen nicht mehr als Gegensätze definieren.“
Beruf: Kommunikationsmanagerin	Kommunikation. Kanäle. Instagram,postet selbst aber nicht, Ist online sehr aktiv unterwegs.	Lebensstilgruppe. Progressive parent. „Ich glaube, dass wir jedem mehr Freiheit schenken, wenn wir Familie und Beruf sowie uns selbst als Männer und Frauen nicht mehr als Gegensätze definieren.“
Familienstand: Verheiratet/ ein Kind	Kommunikation. Kanäle. Instagram,postet selbst aber nicht, Ist online sehr aktiv unterwegs.	Lebensstilgruppe. Progressive parent. „Ich glaube, dass wir jedem mehr Freiheit schenken, wenn wir Familie und Beruf sowie uns selbst als Männer und Frauen nicht mehr als Gegensätze definieren.“
Wohnort: Frankfurt/ Westend	Kommunikation. Kanäle. Instagram,postet selbst aber nicht, Ist online sehr aktiv unterwegs.	Lebensstilgruppe. Progressive parent. „Ich glaube, dass wir jedem mehr Freiheit schenken, wenn wir Familie und Beruf sowie uns selbst als Männer und Frauen nicht mehr als Gegensätze definieren.“

Werteprofil des Progressive Parent



Kommunikation/

Design

Competitors.

Design Beispiele Website



Home Collections All Products Covers Design About

English

Deutsch

Welteure



GOODEE

SALE NEW ARRIVALS BEST SELLERS GARDEN • OUTDOOR HOUSEHOLD DECOR DINING GIFT LIFESTYLE FURNITURE BRANDS



New Anniversary Sale Drops

Up to 50% off

SHOP ANNIVERSARY SALE

Design Beispiele Website

Warenhäuser | Katalog | Direkt-Bestellschein | Newsletter Bestellung, Service & Beratung 02309 939050

MANUFACTUM. Suchen Kundenkonto Merkmale 0,00 €

Neuheiten Garten Herren Damen Kinder Wohnen Küche & Haushalt Büro Bücher Sport & Spiel Koffer & Lederwaren Körperpflege
Lebensmittel Herstellerporträts Journal Geschenke Sonderangebote





< Zurück | Startseite > Suchergebnis für »Gartenstuhl« (87)

Suchergebnis für »Gartenstuhl« (87)

Sortierung Relevanz 1 von 2 >

Filter

- Kategorie
 - Gartenstühle
 - Gartenbänke
 - Stühle
 - Gartenmöbel
 - Hängematten
- Hersteller
- Farbe
- Verfügbarkeit
- Preis

 <p>Adico Sessel Finca, Hellgrau / Verzinkt 599,00 € + weitere Varianten</p>	 <p>HBM Mobiliar Rotin Französischer Bistrostuhl, Café de la Paix 699,00 € + weitere Varianten</p>	 <p>HBM Mobiliar Rotin Französischer Bistrostuhl, Haussmann 699,00 € + weitere Varianten</p>	 <p>HOJIE Loungesessel Re-Clips, Schwarz 399,00 € + weitere Varianten</p>
--	--	--	---



Kaffeeform Geschäft Material Über uns Blog Geschäft DE DE Suchen Personen

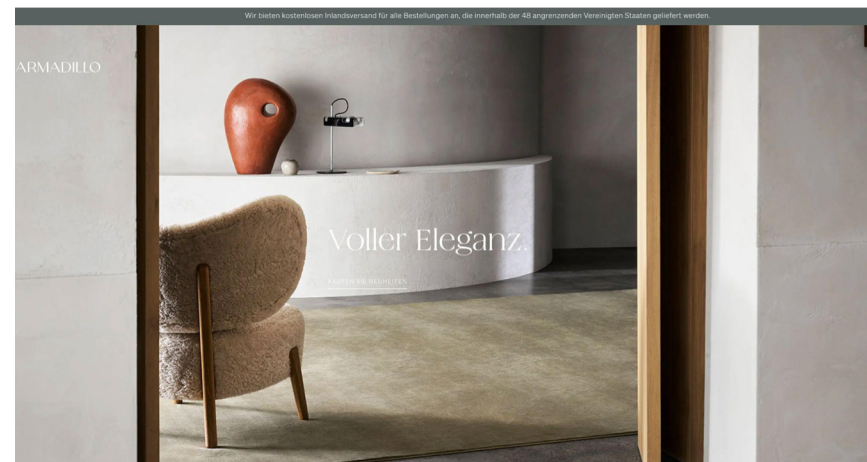


ENTSORGEN
UND
UMGESTALTEN

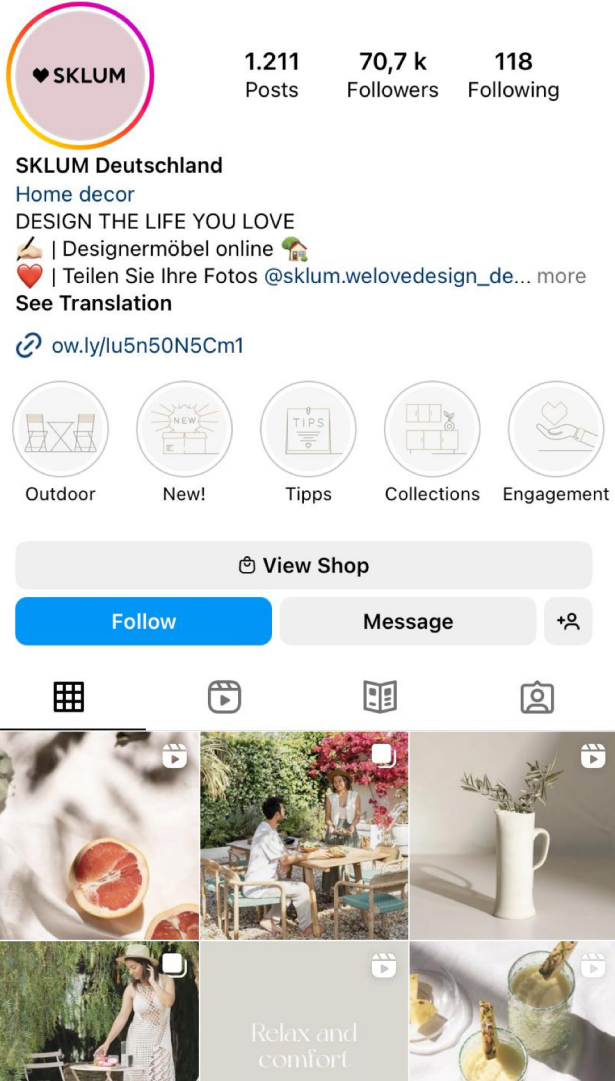
Wir verwandeln erneuerbare Ressourcen, die für den Müll bestimmt sind, in schöne, funktionale Alltagsgegenstände.

[Erfahren Sie mehr](#)

Weducer Cup Refined Unser Sortiment



Beispiele Instagram



SKLUM
1.211 Posts 70,7 k Followers 118 Following

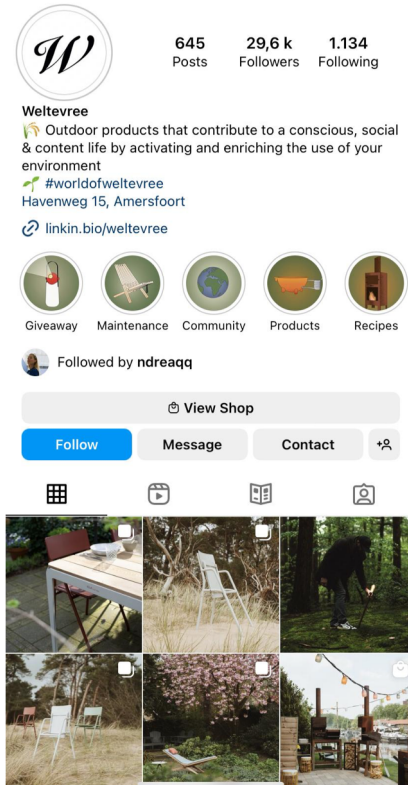
SKLUM Deutschland
Home decor
DESIGN THE LIFE YOU LOVE
🔪 | Designermöbel online 🏠
❤️ | Teilen Sie Ihre Fotos @sklum.welovedesign_de... more
See Translation
[ow.ly/lu5n50N5Cm1](https://www.ow.ly/lu5n50N5Cm1)

Outdoor New! Tips Collections Engagement

[View Shop](#)
Follow Message +

Grid icons: Home, Reels, Shop, Profile

Grid content: A collage of lifestyle and home decor images including a person at a table, a white pitcher, a woman in a dress, and a drink.



W
645 Posts 29,6 k Followers 1.134 Following

Weltevree
Outdoor products that contribute to a conscious, social & content life by activating and enriching the use of your environment
#worldofweltevree
Havenweg 15, Amersfoort
linkin.bio/weltevree

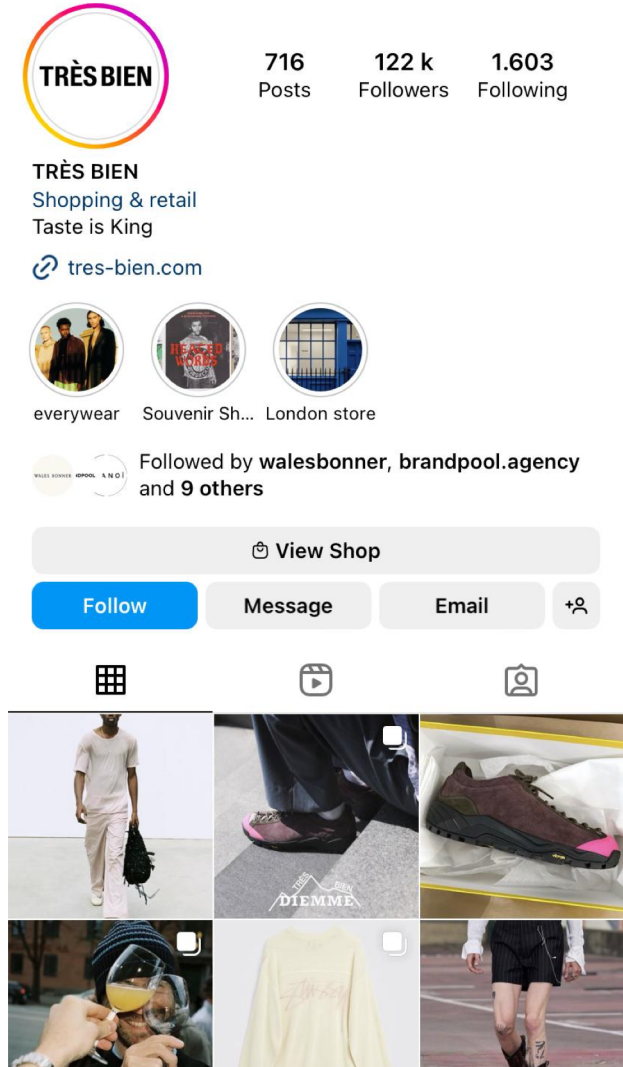
Giveaway Maintenance Community Products Recipes

Followed by ndreaqq

[View Shop](#)
Follow Message Contact +

Grid icons: Home, Reels, Shop, Profile

Grid content: A collage of outdoor lifestyle images including a table in a field, a person in a forest, and a garden.



TRÈS BIEN
716 Posts 122 k Followers 1.603 Following

TRÈS BIEN
Shopping & retail
Taste is King
tres-bien.com

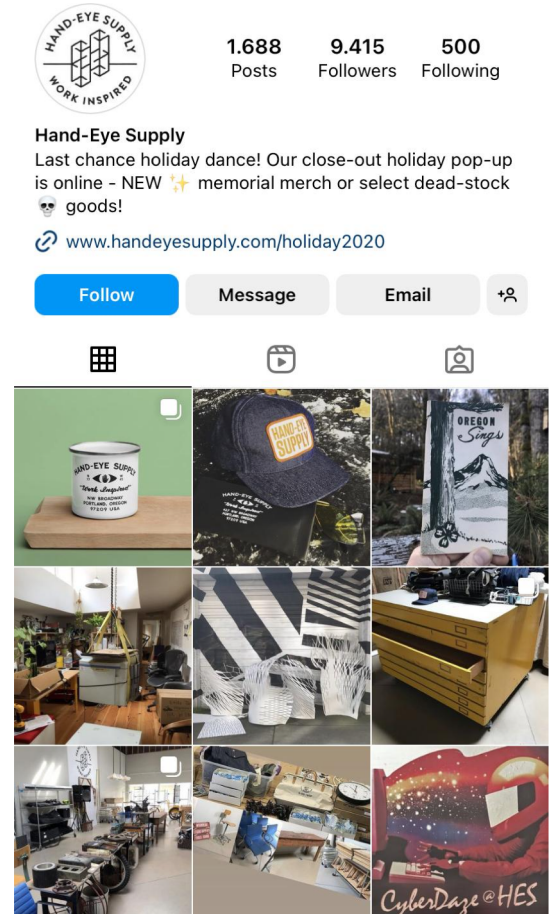
everywear Souvenir Sh... London store

Followed by walesbonner, brandpool.agency and 9 others

[View Shop](#)
Follow Message Email +

Grid icons: Home, Reels, Shop, Profile

Grid content: A collage of fashion and lifestyle images including a person in a white outfit, a shoe, a drink, and a person in a black dress.



HAND-EYE SUPPLY
1.688 Posts 9.415 Followers 500 Following

Hand-Eye Supply
Last chance holiday dance! Our close-out holiday pop-up is online - NEW ✨ memorial merch or select dead-stock goods!
www.handeyesupply.com/holiday2020

Follow Message Email +

Grid icons: Home, Reels, Shop, Profile

Grid content: A collage of product and lifestyle images including a mug, a hat, a poster, a workshop, a striped bag, a yellow cabinet, a person at a table, a person in a black dress, and a person in a white dress.

SWOT ANALYSE

Stärken:

- I. Aktuelle Größe der MIP IG Community
- II. Jeremy als Influencer
- III. Der Stuhl kann individualisiert werden
- IV. Jeremy: Zukuntorientierte Ideen und seine Kreativität
- V. hat mit Sascha einen guten Mentor

Schwächen:

- I. MIP und MIP Beach Flow hat unterschiedliche Zielgruppen
- II. USP ist nicht kein ungewöhnliches Design
- III. Aktuelle Website
- IV. Instagram Followers und Positionierung
- V. Tasche ist zu teuer im Vergleich zum Stuhl
- VI. Kein Show-Room, um das Produkt zu zeigen

Chancen:

- I. Einzigartigkeit im Design entwickeln. Farben, Illustrationen
- II. Nachhaltigkeit im Material/ Kreislauffähigkeit
- III. Zielgruppe anpassen
- IV. Vertrieb durch eigene Website, Jeremy als Influencer
- V. Workshops/Kollaborationen mit Gleichgesinnten, Designern,
- VI. Illustratoren, Künstler, Scatern
- VII. Werbeartikel-Markt (wegen Individualisierung)
- VIII. Vertrieb in lokalen Märkten wie z.B. (StijMarkt)
- IX. Drop-Ship: E-Bay, Goodee

Risiken:

- I. Grosshandel und Preissteigerung (2.5x)
- II. Kunden kaufen nicht auf Instagram oder unbekanntem Websites
- III. Influencer Positionierung ist aktuell eine andere,
als die potenziellen Einkäufer von dem Stuhl sind

Zusammenfassung der Handlungsfelder.

- **Nachhaltigkeitsanspruch/ Zukunft**
- **Design**
- **Markenstrategie**
- **Kommunikation**
- **Kooperationen**

Ein erstes Ergebnis der Beratung:

Auf Basis der eigenen DNA (Jeremy ist ein Skater) wird eine neue Idee entwickelt. Aus nicht verkauften, gebrauchten Skatern/ Überhänge wird ein einzigartiger bench chair entwickelt.

Die website wird aktuell überarbeitet, sowie das Kommunikationskonzept. Die Themen Kreislauffähigkeit und Individualität wurden berücksichtigt und können nun im nächsten Schritt weiter entwickelt werden.

USED SKATEBOARD SPECIAL-EDITION



Vielen Dank.

**Christine Fehrenbach. Holistic Sustain.
Vorstandsvorsitzende Hessen Design e.V.
Christinefehrenbach.de
christine@christinefehrenbach.de
+49 173 6912735**