

CHECKLISTE

ZUR BEWERTUNG DES ERFOLGSPOTENZIALS EINES CLAIMS.



Prägnanz und Klarheit

- Ist der Claim kurz und leicht zu verstehen?
- Vermeidet der Claim Fachjargon und komplizierte Sprache?



Einzigartigkeit

- Unterscheidet sich der Claim deutlich von denen der Wettbewerber?
- Vermeidet der Claim allgemeine Phrasen, die in der Branche üblich sind?



Relevanz

- Spricht der Claim direkt die Zielgruppe an?
- Spiegelt der Claim die Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppe wider?



Emotionale Ansprache

- Weckt der Claim positive Gefühle oder Assoziationen?
- Schafft der Claim eine emotionale Verbindung zur Marke?



Markenidentität

- Verkörpert der Claim die Werte und die Persönlichkeit der Marke?
- Unterstützt der Claim die langfristige Markenstrategie?



Merkfähigkeit

- Ist der Claim leicht zu merken?
- Nutzt der Claim stilistische Mittel wie Reime, Alliterationen oder Wortspiele?



Flexibilität

- Kann der Claim über verschiedene Medien und Plattformen hinweg konsistent verwendet werden?
- Ist der Claim zeitlos und auch in Zukunft noch relevant?



Kulturelle Sensibilität

- Ist der Claim in allen relevanten Märkten und Kulturen angemessen?
- Gibt es unbeabsichtigte negative Konnotationen in verschiedenen Sprachen oder Kulturen?



Legale Aspekte

- Wurde eine vorläufige Markenrecherche durchgeführt, um rechtliche Risiken zu minimieren?
- Besteht die Möglichkeit, den Claim als Marke schützen zu lassen?



Testergebnisse

- Wie fällt das Feedback von Fokusgruppen oder Umfragen zur Zielgruppe aus?
- Bestätigen Tests die Wirksamkeit und Anziehungskraft des Claims?