

GMK Markenberatung

Markensynergien zur effizienten Marktbearbeitung. Markenkooperationen der Lufthansa Miles & More.



Ausgangssituation Zwischen Lufthansa Miles & More und einem führenden Automobilhersteller besteht eine Marketingkooperation, die die Bereiche Kommunikation, Meilen und Topkunden-Markenerlebnisse umfasst. Die Kooperationsparteien denken über die Möglichkeiten einer Ausweitung der Kooperation in eine strategische Marketingpartnerschaft nach.

Herausforderung Premium-Zielgruppen sind per se begrenzte Märkte. Markenkooperationen bieten Ansatzpunkte, die Kundenkontaktpunkte der Marke zu erhöhen und neue Kundenpotenziale zu erschließen. Allerdings muss sowohl die Passung der Markenwerte sowie der strategischen Zielsetzungen der Kooperationspartner zueinander gesichert sein.

Lösung Im Rahmen eines interdisziplinären und firmenübergreifenden Kooperationsworkshops werden die Kooperationsziele beider Parteien identifiziert, die strategische Ausrichtung der zukünftigen Partnerschaft definiert und mögliche Kooperationsfelder priorisiert. Mit den Workshop-Ergebnissen ist der Korridor für weitere Kooperationsgespräche definiert.

Ergebnis Gemeinsames Verständnis von Kooperationszielen und Kooperationsfeldern als Basis für die Ableitung zielgerichteter Kooperationsmaßnahmen.