

UNSERE REFERENZEN



claro® Grün. Aber gründlich.

BRANCHE: FMCG (Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)

STANDORT: Österreich

UNSERE LEISTUNG: Positionierung der Marke claro in Form eines Zukunftsbildes (Markenprofil)

inkl. Ableitung der strategischen Kommunikationslogik, Erarbeitung erster Eckpfeiler für die Umsetzung des Markenprofils und der Kommunikationslogik

Ausgangslage

Die Marke claro steht seit ihrer Gründung im Jahr 1995 für nachhaltige Lösungen in Sachen Geschirrspülen. Mit den Geschirrspültabs, verpackt in wasserlöslicher Folie, hat claro vor etwa 25 Jahren eine wahre Pionierleistung erbracht. Bis heute genießt claro einen hervorragenden Ruf in Österreich; entsprechend hohe Marktanteile belegen die Beliebtheit.

Ziel ist es, in Deutschland den Geschirrspülmarkt zu erobern und die Marktanteile zu erhöhen. Die Marke ist sich bewusst: Der Wettbewerb hat die Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich der nachhaltigen Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel ebenfalls erkannt und tüfelt fleißig an neuen Produkten. Für alle Unternehmensbereiche von claro bedeutet das: sich nach innen und außen klar zu positionieren.

Projektziel

Gemeinsam mit dem Institute of Brand Logic hat claro ein überzeugendes Markenprofil entwickelt. Es unterstützt die Marke, sich auf dem

hart umkämpften Markt von der Konkurrenz abzuheben; gleichzeitig schafft claro mit seinen innovativen Produkten einen echten Mehrwert für seine Kunden. Die strategische Kommunikationslogik übersetzt das Markenprofil gezielt. So gelingt es claro, das Potential an allen relevanten Kontaktpunkten voll auszuschöpfen sowie Kunden und Stakeholder effektiv anzusprechen.



claro products GmbH

www.claro.at

„Mit Brand Logic haben wir nicht nur unser claro Markenprofil geschärft, sondern auch ein Zukunftsbild geschaffen, das Haltung, Herkunft und Handlung vereint. Aus Strategie wurde Klarheit – aus Klarheit Kommunikation.“

LAURA UND JOSEF DYGRUBER

Geschäftsführung, claro products GmbH



Fotograf: claro products GmbH