

## Mit PEAK® zum Gipfel – oder Wissen Sie, warum der Verbraucher Ihre Marke kauft?

**PEAK® stellt Konsumenten und Shopper in den Mittelpunkt des Denkens und Handelns – ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um sich langfristig dem Preiskampf zu entziehen und wertschöpfend am Markt zu agieren.**

Die Märkte der Konsumgüterbranchen sind weitestgehend gesättigt. Viel zu oft befassen wir uns intensiv mit dem Thema „Preis“ als Baustein im Marketing Mix, um kurzfristig Abverkaufsimpulse zu erzielen.

Preis Promotions sind jedoch keine Maßnahme, um nachhaltig wertschöpfend zu wachsen. Denn Sie wirken sich negativ auf den Profit aus und erreichen bei zu hoher Dichte vor allem loyale Konsumenten, die die Marke kennen und diese im Promotionzeitraum eh gekauft hätten.<sup>1</sup>

Beispiele wie Fritz Kola oder Trué Fruits<sup>2</sup> zeigen, dass aus kleinen Startups ernst zu nehmende Wettbewerber werden können, die trotz Preispremium eine bedeutende Marktstellung einnehmen.

Wenn man verstanden hat, was den Erfolg seiner Marke ausmacht, warum Käufer eine Marke kaufen bzw. nicht kaufen, ebnet man den Weg für Wertschöpfung und Wachstum jenseits des alleinigen Mittels Preis.

Wissen Sie, warum der Verbraucher Ihre Marke kauft bzw. nicht kauft?

**PEAK®** umfasst 4 einfache aber essentielle Prinzipien der strategischen Markenführung:

Put customer first!

Establish (tangible) brand values!

Assess business goals & strategies!

Kick-off integrated activation!



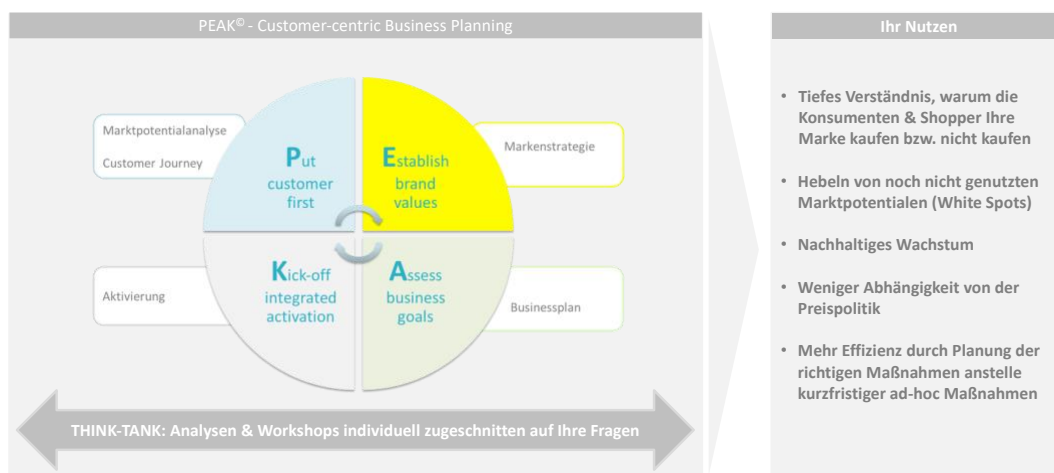
<sup>1</sup> Sharp, Byron 2010, 'How brands grow - what Marketers don't know', pp.153-170 .

<sup>2</sup> <http://www.true-fruits.com/fakten.html>

Der Ansatz stellt den Konsumenten & Shopper in den Mittelpunkt aller strategischen Marketingüberlegungen und ermöglicht so ein tiefes Verständnis, warum Konsumenten und Shopper eine Marke kaufen bzw. nicht kaufen. Mit diesem Wissen können

- noch nicht genutzte Marktpotentiale gehiebelt werden
- Kommunikations- und Distributionsstrategien effizient implementiert werden
- die richtigen relevanten Maßnahmen des Marketing Mix umgesetzt werden
- kurzfristige weniger zielführende ad-hoc Maßnahmen vermieden werden.

## Think-Tank: PEAK® konkret angewandt



©deppmeyerconsulting

Sie möchten tiefer in die Chancen des strategischen Markenmanagements eintauchen?  
Dann freue ich mich auf ein persönliches Gespräch, um gemeinsam Potentiale zu hebeln.

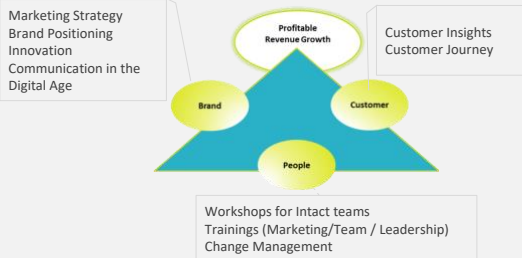
# AT A GLANCE



## PHILOSOPHY

- I am a strong believer in **“Put your customer first!”**  
You can have the best Marketing plans, but if you don't truly understand your customer, you won't set the path to growth!
- I am truly passionate about **Marketing Excellence!**  
A well equipped Marketing Team that is trained & passionate is your foundation!

## COMPETENCY CAMP



## REFERENCES



## CAREER HIGHLIGHTS

- Develop a **customer-centric opportunity map** & identify **strategic growth platforms**
- NPD Process: **Concept Ideation**, writing & optimization into design, pack & product
- Develop & rejuvenate **Brand Positioning for Startup** as well as well mature competitive global & regional brands
- Design & Facilitation of **Marketing Trainings**  
Key focus: **Brand Planning Excellence** on **global & local** level
- Design & Facilitation of **Workshops for intact teams**  
Key focus: **Competitor Wargaming, Consumer Shopper Journey, Consumer Insights**



**Heidi Deppmeyer**  
Marketing Consultant & Trainer

Over 10 years experience in Marketing Management & more than 5 years experience in Marketing Excellence & Training

Certified Business Trainer 'Deutscher Verband für Coaching & Training' dvct

Am Pohlacker 7  
D-40885 Ratingen  
p +49 1754146151

[www.deppmeyer-consulting.com](http://www.deppmeyer-consulting.com)

[hdeppmeyer@deppmeyer-consulting.com](mailto:hdeppmeyer@deppmeyer-consulting.com)