

Easy-to-Marketing-Framework

Betrachtet für die nächsten Stunden euer Marketing aus dieser Kernfrage heraus: **“Wie machen wir es mehr Menschen in mehr Situationen einfacher, unser Angebot zu kaufen?”**



People

Potentielle Käufer:innen
“Diesen Menschen wollen wir es einfacher machen, sich für unser(e) Angebot(e) zu entscheiden.”



Situations

Category Entry Points
In diesen Lebenssituationen möchten wir, dass uns potentielle Käufer:innen “auf dem Radar haben.”



easy to understand

Positionierungs-Narrativ
“Was verkaufen wir eigentlich?”
Mit diesen Worten machen wir unser Angebot leicht verständlich”



easy to connect

Brand-Stories, Themen, Emotionen
“Mit diesen Stories & Themen schaffen wir eine emotionale Verbindung”



easy to get*

Prets & Platzierung
“So machen wir es noch einfacher, unsere Angebote zu finden und zu kaufen”



easy to recognize

visueller Auftritt & Brand Assets
“So machen wir es leichter, unsere Marke im Alltag wiederzuerkennen”



easy to see & hear

Kommunikationsflächen
So machen wir es potentiellen Käufer:innen leichter, die Marke in ihrem Lebensumfeld wahrzunehmen