



VITALE  
ARBEITSKULTUR

präsentiert:

# PRIMOZA'S GANZHEITLICHER MARKENPROZESS



## WER ODER WAS IST PRIMOZA?

primozza ist ein Startup aus Nürnberg, das wachsende Produkte entwickelt. Ihr Kernprodukt aus dem heraus sich das Unternehmen entwickelt hat ist der erste saisonale, einpflanzbare Kalender. Besonders in der Vorweihnachtszeit ist die Nachfrage groß, sowohl auf den Weihnachtsmärkten als auch im Online-Shop.

Sie sind schnell auf eine Größe von jetzt ca. 25 Personen gewachsen und haben ein sehr cooles Loft im Nürnberger Osten als ihre Büroräume ausgebaut.

Was sie schon immer ausgezeichnet hat, ist, dass sie Dinge einfach angehen und auf hohe Qualität setzen. Sie schrecken vor nichts zurück, auch wenn es manchmal ambitionierte Ziele sind.



## WOHER KAM DER BEDARF NACH EINEM GANZHEITLICHEN MARKENPROZESS?

Inzwischen sind sie nicht mehr die einzigen die einen pflanzbaren Kalender anbieten. Die Konkurrenz hat nachgezogen und es wird enger auf dem Markt. In der Auftragsklärung erzählten sie uns, dass ihre Vision irgendwie nicht so richtig im Team Wurzeln schlägt. Der Webshop und die Kommunikation auf den sozialen Kanälen noch nicht voll überzeugen, es fehlte an Tiefe. Die Produkte standen im Mittelpunkt und nicht die Firma und wofür sie steht.

Daraus kam der Wunsch sich nochmal intensiv mit dem Thema Marke und Kommunikationsstrategie zu beschäftigen.

WEITER  
AUF SEITE 2



## WARUM HABEN SIE SICH FÜR UNS UND UNSEREN ANSATZ ENTSCHEIDEN?

Aufgrund einer Empfehlung kamen sie mit uns in Kontakt. Uns war schnell klar, dass ein einfacher Markenprozess alleine wahrscheinlich nicht reichen wird, um nachhaltig etwas zu verändern. Daher haben wir einen ganzheitlichen Markenprozess während der Auftragserklärung entwickelt, der das ganze Team mit einbindet.

Wir, das sind Christian Frick, Simon Giebel und Sven Latzel. Den entscheidenden Ausschlag gab neben dem Umstand, dass wir uns einfach gut verstanden haben, der Punkt, dass wir mit 3 sehr unterschiedlichen und erfahrenen Perspektiven den Prozess begleiten konnten. Einmal ein sehr erfahrener Markenexperte (Christian), ein langjähriger und erfolgreicher Grafiker (Simon) und dann noch einen passionierten Team- und Organisationsentwickler (Sven).



Sven Latzel, Simon Giebel und Christian Frick

## WAS KAM AM ENDE BEIM MARKENPROZESS HERAUS?

Es kam ein ganz neues Selbstverständnis raus, das sich im ganzen Team verankert hat. Statt ein Online-Händler für nachhaltige Geschenkartikel zu sein, sind sie jetzt ein junges Unternehmen, das seine Kraft und Energie dafür nutzen wird uns allen etwas mehr Grün in unseren Alltag zu bringen. Mit dem neuen Slogan „Mach's grün“, einem neuen Logo und einem kompletten Marken- und Kommunikationshandbuch hinter dem das ganze Unternehmen steht, steht primoza gestärkt und richtig gut da. Das Wintergeschäft 2022 kann kommen.

