



home innovation[®]
consulting network

Revivals brauchen Innovationen



Es gibt eine Menge Revivals von alten, wertvollen Marken. Leider sind viele Sternschnuppen. Eine der Gründe: es fehlt an Innovationen. Vielmehr noch die Innovationen müssen auf dem Kern der Marken basieren. Ein hervorragendes Fallbeispiel ist die Firma Lava Lite LLC, Elmhurst, Illinois/USA, die von Dale Zalusky übernommen wurde. Weil Menschen Märkte machen, hat er mit Clay Farnsworth, Vice president of sales und Mike Brezette, Vice president of marketing, ein Team zusammengestellt, welches vormals bei Taylor Instruments zusammengearbeitet hat.

Sie sind ihre neue Herausforderung bei Lava lights mit einer grundlegenden Untersuchung, die von Leo J. Shapoi & Associates erstellt wurde, angegangen. Diese Marktforschung verbindet zwei Studien mit insgesamt 1.600 Befragten und dient nun als road map zur Markenentwicklung.

Lava hat eine durchschnittliche Markenbekanntheit von 83 % und erreicht Spitzenwerte von 91 % bei den unter 25-jährigen Konsumenten. Der geringste Wert sind immer noch 77 % bei den 65-jährigen und älter. 36 % der Konsumenten kennen die Form des Lava-Icons ohne Nennung des Namens oder bestimmter Logo-Elemente.

Die Hälfte der Befragten assoziiert Lava mit Entspannung. Die starke Assoziation mit Entspannung und die schwächere Identifikation mit einem Licht ermöglicht dem Management, beiden Optionen nachzugehen.

„Wenn man sich die Antworten zum Produkt und die Nennung der Nutzen ansieht, erhält man substantielle Wörter wie Beruhigend und Therapeutisch“.

Im Wellness-Markt mit Produkten zur Entspannung von Wasser bis zu Duft und Sound-Effekten hat Lava viele Möglichkeiten, Produkte zu entwickeln, die den Menschen helfen, eine gesündere, entspannte Atmosphäre zu kreieren.

„Wir können visuelles, Musik und Gerüche zusammenbringen.“

Nostalgie ist nicht die Zukunft. Dale Zalusky und sein Team beabsichtigen, Innovationen auf Basis von einem starken Markenkern zu schaffen.

Source: Homeworld business, Sept. 13-26, 2010