

Useful Brand Experience

UBX Jam: Think Useful!

5. Juli 2017

Philippe Wyssen
Aline-Florence Buttkereit

Virtual Identity AG



1. Markenkommunikation
in einer digitalen Welt
2. UBX Beispiele
3. Work Session



Today, individuals are exposed to as much information in a single day as people in 15th-century in an entire lifetime.

Rick Smolan

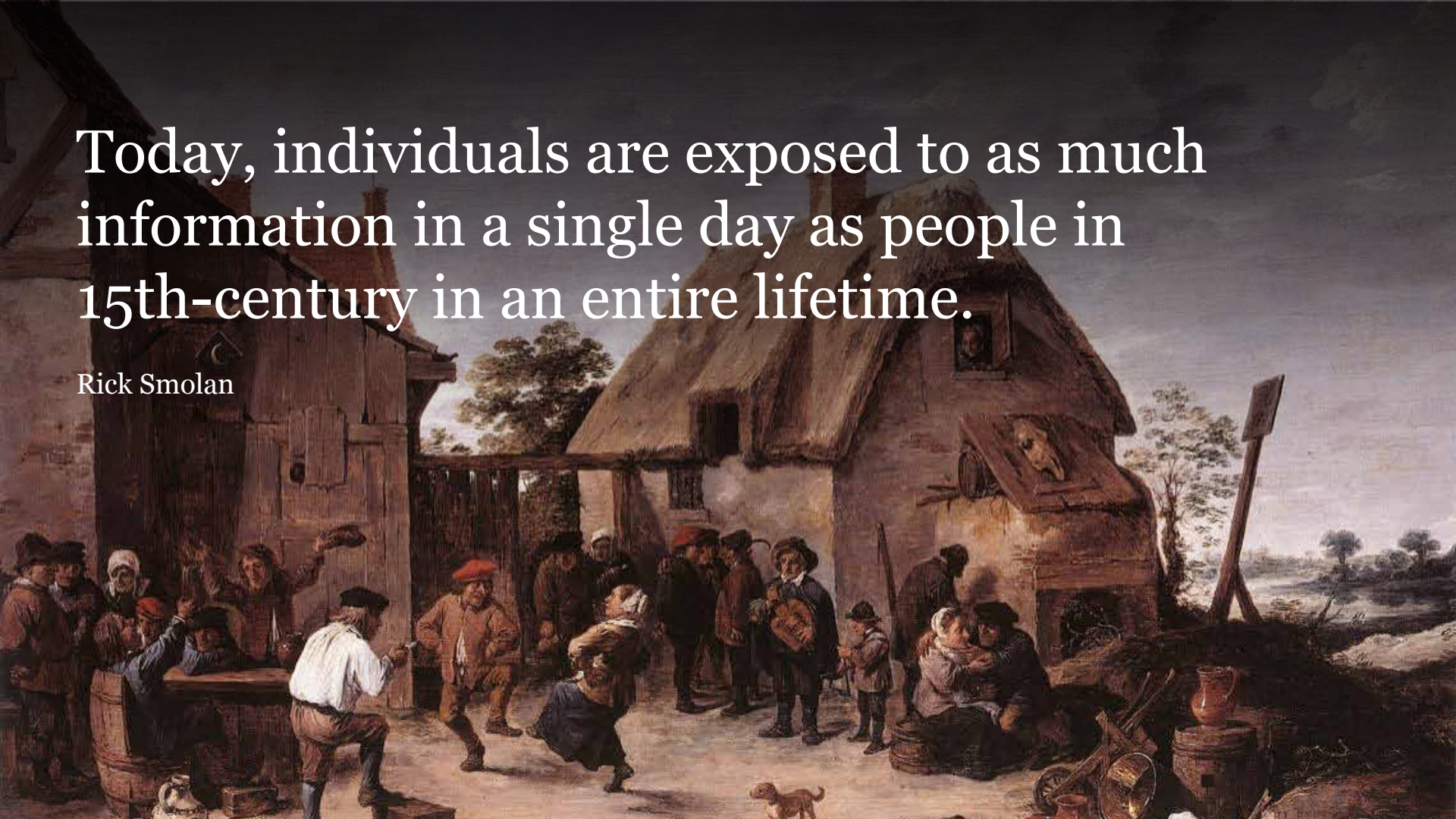





Bild: [Steve Juvertson](#)

A photograph of Jeff Bezos sitting in a dark leather chair. He is wearing a dark suit jacket over a dark button-down shirt. He has a slight smile and is looking off to the side. The background is a warm, dimly lit room with a bookshelf and a framed picture on the wall.

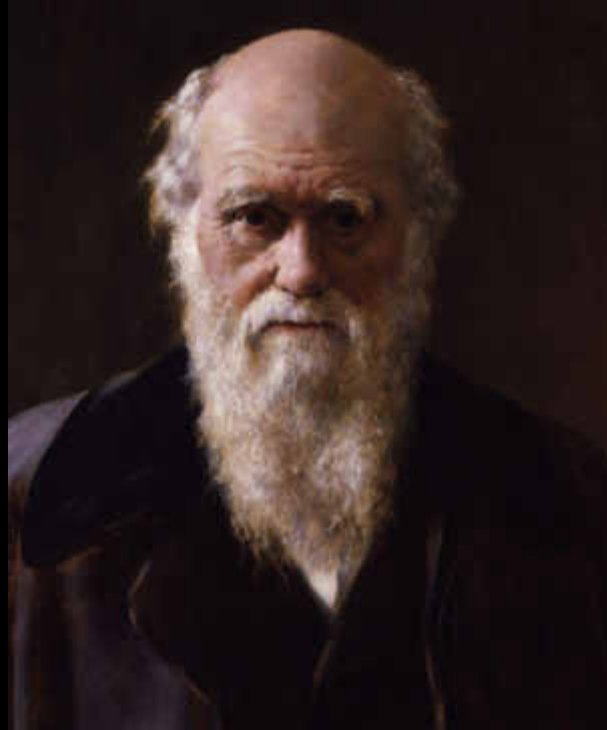
Day 2 is stasis. Followed by irrelevance.
Followed by excruciating, painful decline.
Followed by death.

Jeff Bezos

Bild: [Steve Juvertson](#)

Survival of the fittest.

Aber...



Nützliche Werbung macht
Dein Leben leichter!



Beispiele



L'Oréal
My UV Patch



Directline
Fleetlights



Asics
Foot Type Test Ad

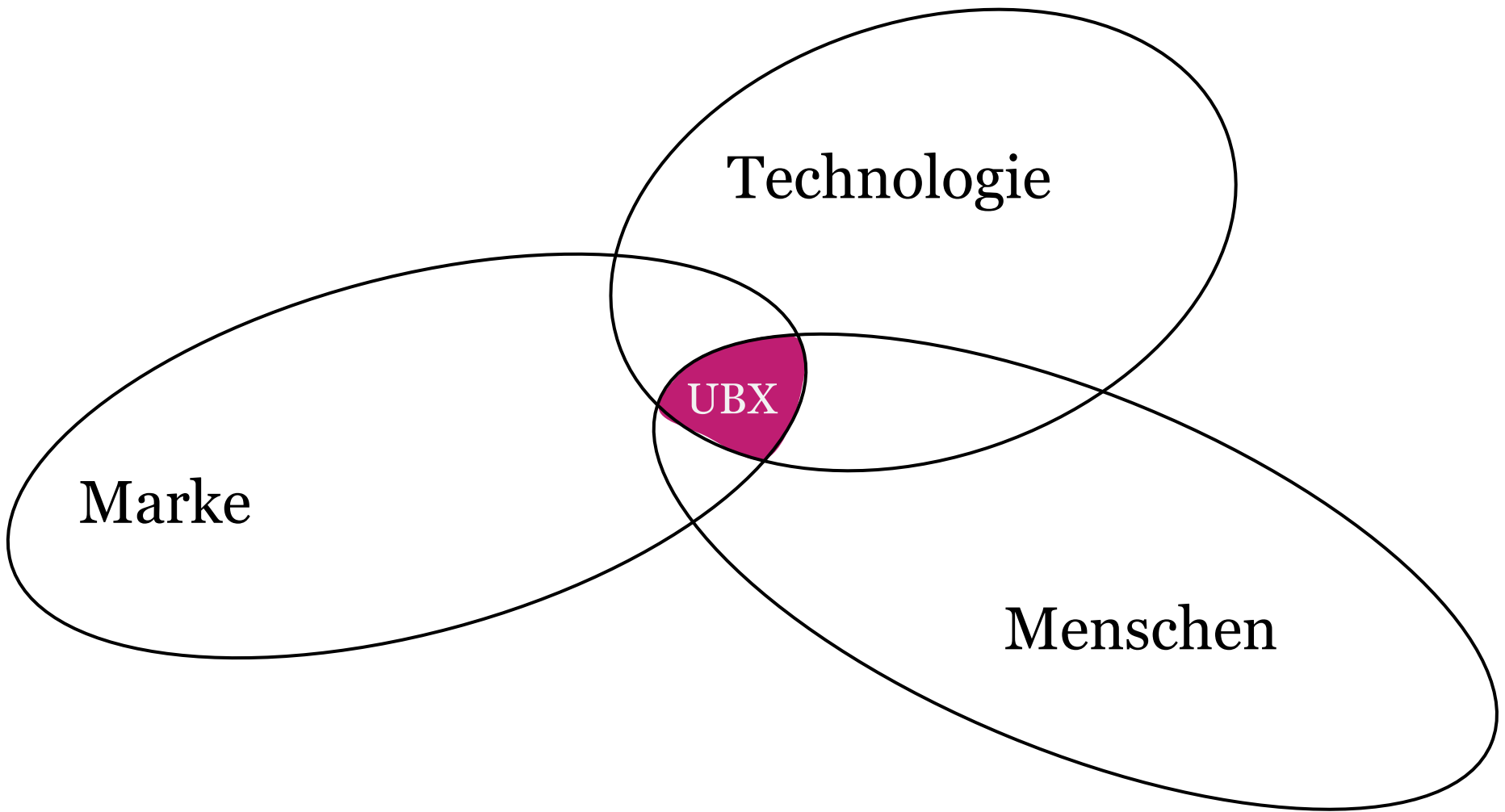


Marke



Marke

Menschen



Technologie

UBX

Marke

Menschen

Marke



Zielgruppe

1. Was ist das **Nutzenversprechen** der Marke?

Beispiel: Asics sorgt für Harmonie im Körper



Marke



1. Was ist das **Nutzenversprechen** der Marke?

Beispiel: Asics sorgt für Harmonie im Körper



Marke

Marke

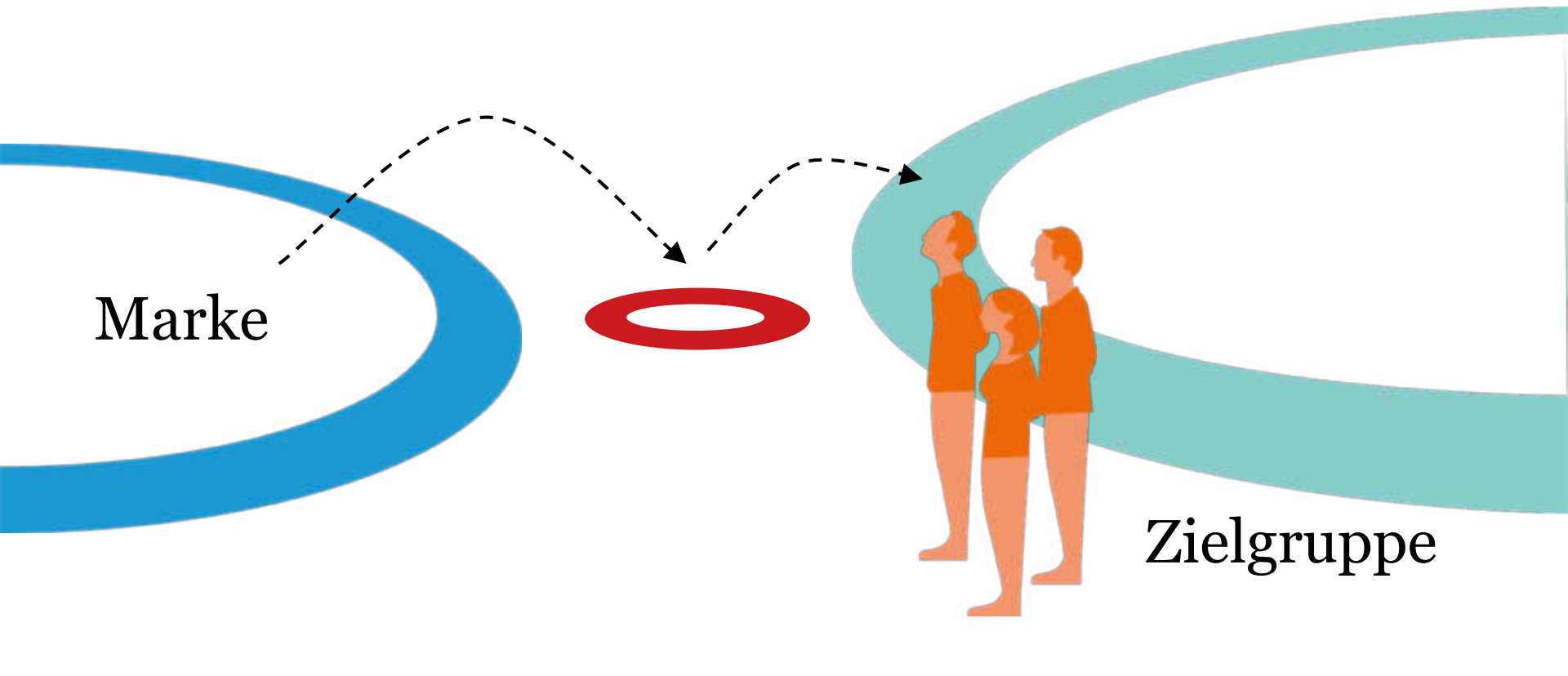


Zielgruppe

Marke



Zielgruppe



2. Was ist das Gegenteil?

Asics: Körperliche Schmerzen

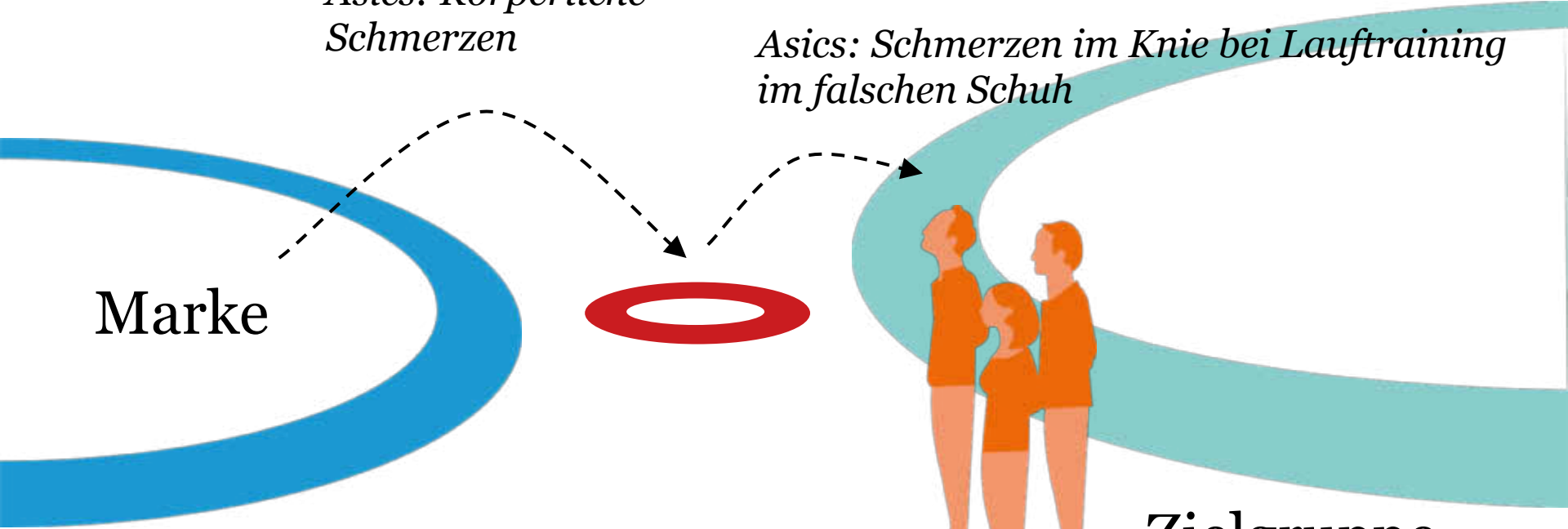
3. In welchen Situationen erlebt die Zielgruppe das Gegenteil als Alltagsproblem?

Asics: Schmerzen im Knie bei Lauftraining im falschen Schuh

Marke



Zielgruppe



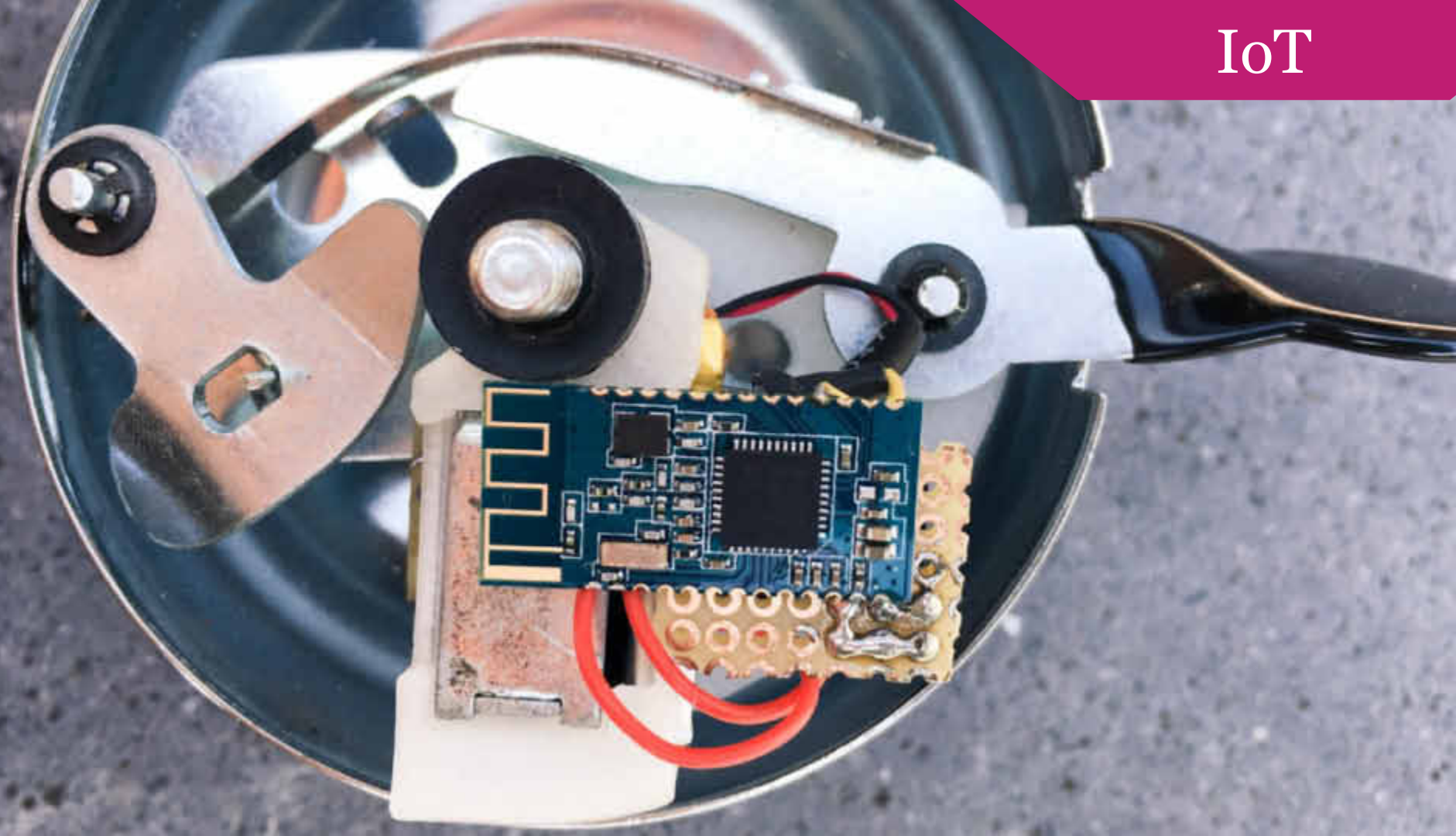
VR



AR



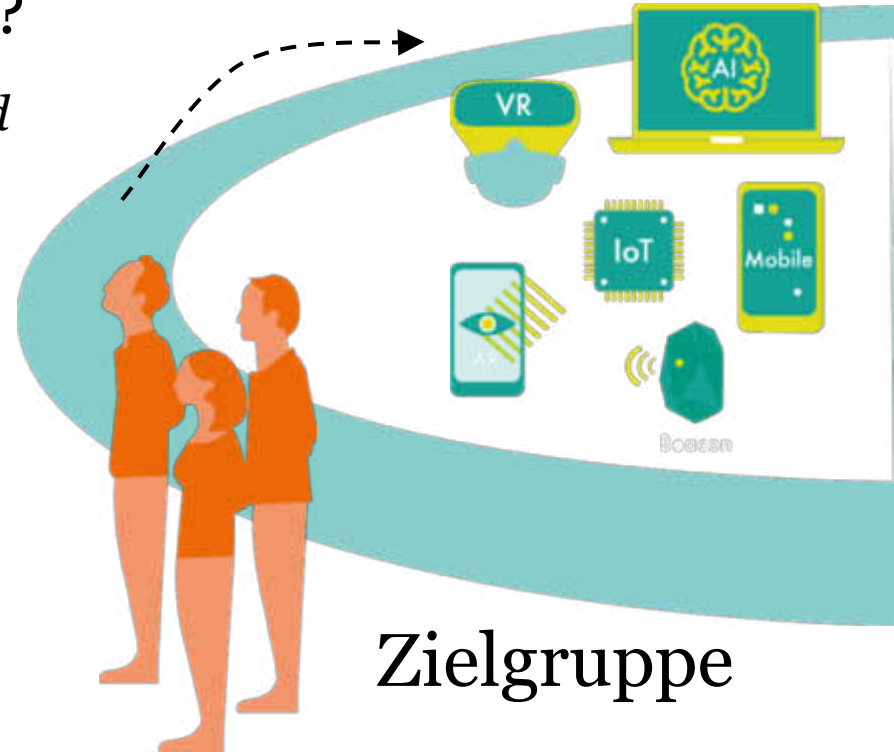
IoT



4. Wie können wir für das Problem eine innovative **Lösung** schaffen?

Asics Foot Type Test Ad

Marke



Technologie

Zielgruppe

UBX Workshops

UBX Prozess

The diagram illustrates the UBX process as a journey. A winding path starts on the left, moves through a landscape with a fountain, and then curves upwards into a digital space. In this digital space, there are icons for various technologies: VR (Virtual Reality), AI (Artificial Intelligence) on a laptop, AR (Augmented Reality) on a smartphone, IoT (Internet of Things) on a chip, Mobile on a smartphone, and Beacon. Below the path, four people are shown in conversation. The bottom of the image is divided into four numbered sections for workshop activities.

01
Marke
Was ist die Philosophie der Marke?

02
Gegenteil
Was ist das Gegenteil der Philosophie der Marke?

03
Alltagsprobleme
In welchen konkreten Situationen erlebt die Zielgruppe das Problem?

04
Lösung
Wie können wir das Problem auf innovative Weise lösen?

www.ubx.ch

ubx Konferenz

19. Oktober, München



5 Startup Talk

www.ubx-talk.de



UBX Konferenz, Workshops, Projekte, Poster...

Kontaktiere uns:

philippe.wyssen@virtual-identity.com

aline.buttkereit@virtual-identity.com