



GROSSE LIEBE
KOMMUNIKATIONSAGENTUR

Gegründet Mai 2012
 Gesellschaftsform GmbH
 Gesellschafter Ursula Schneider
 Björn Gerlach
 Michael Warsönke
 Geschäftsführerin Ursula Schneider
 Mitarbeiter fest circa 50

Unser freies Netzwerk umfasst Event- und PR-Agenturen, Film-Produktionen, Fotografen, Lithografen, Messebauer, Druckereien, spezialisierte Freelancer, Programmierer, Motion-Designer, Konzepter, SEA- und SEO-Agenturen.

Member of  **thenetworkone**

MAKE LOVE NOT ADVERTISING

*Man könnte es Customer Centricity nennen. Oder auch Partnerschafts-vermittlung. Denn das kann die Agentur: **Maximal intensive Beziehungen zwischen Marken und Menschen gestalten. Das beginnt bei der empathischen Marke, die ihre Kunden wirklich versteht, respektiert und mitnimmt. Und mit einer Kommunikation, bei der der Funke überspringt, weil sie sicher den entscheidenden Nerv trifft. GROSSE LIEBE kann „Full-Thinking“ und die integrierte Umsetzung entlang der Customer Journey Ihrer Zielgruppe.***

LEISTUNGEN



TOOLS OF LOVE

Was die Funken zündet, zeigen unsere Instrumente.

EMPATHY GUIDE

Die systematische Verständnisgrundlage der Zielgruppe. Um welche Empfindungen und Motive geht es wirklich? Was passiert in der „Wäre das etwas für mich?“-Phase, was kurz vor dem Kauf und was in der Beziehung? Der Empathy Guide zeigt, wofür Mensch und Marke gemeinsam brennen.

BRAND ID MODEL

Unser Markenmodell bindet die Zielgruppe ebenbürtig mit ein. Es ist ein „Wir-Modell“. Und damit auch das einzige Markenmodell Deutschlands, dass die Marke nicht länger isoliert betrachtet.

RELATIONSHIP PULSE

Ein Analyse- und Forschungsset, das in den unterschiedlichsten Beziehungsdimensionen überprüft, wie die neue Resonanz in der Zielgruppe steigt.

GESCHÄFTSFÜHRUNG



Ursula Schneider
Geschäftsführende
Gesellschafterin

„Was ist das Aufregendste an der Werbung? Mit unseren Kunden gemeinsam diesen springenden Punkt zu finden, der die Zielgruppe hellhörig macht. Der Punkt, an dem die Identifikation mit der Marke beginnt.“



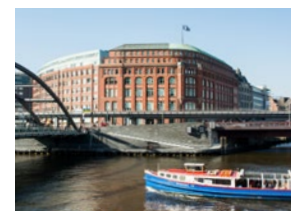
Björn Gerlach
Stellvertretender Geschäftsführer
und Partner

„Make Love not Advertising – das ist keine Gefühlsduselei, sondern eine Effizienzfrage. Denn je intensiver Kommunikation den Nerv der Menschen trifft, desto geringer der sonstige Aufwand, der betrieben werden muss, um ein besseres Ergebnis zu erzielen.“

KUNDENAUSZUG



Deutscher Ring Krankenversicherung, DPV Deutscher Pressevertrieb, Hapag-Lloyd Cruises, HausCompagnie, Hermes, HOYA, Made auf Veddel, Madsack Mediengruppe, Office Gold Club, PENTAX, Plan International, Postbank, ProSiebenSat.1 Media SE, ROSSMANN, SEIKO, tesa®, TÜV Nord u.a.



KONTAKT

Slomanhaus · Baumwall 3 · 20459 Hamburg
 T +49 40 - 807 93 62 00 · F +49 40 - 807 93 62 01
 info@grosseliebe.net · www.grosseliebe.net