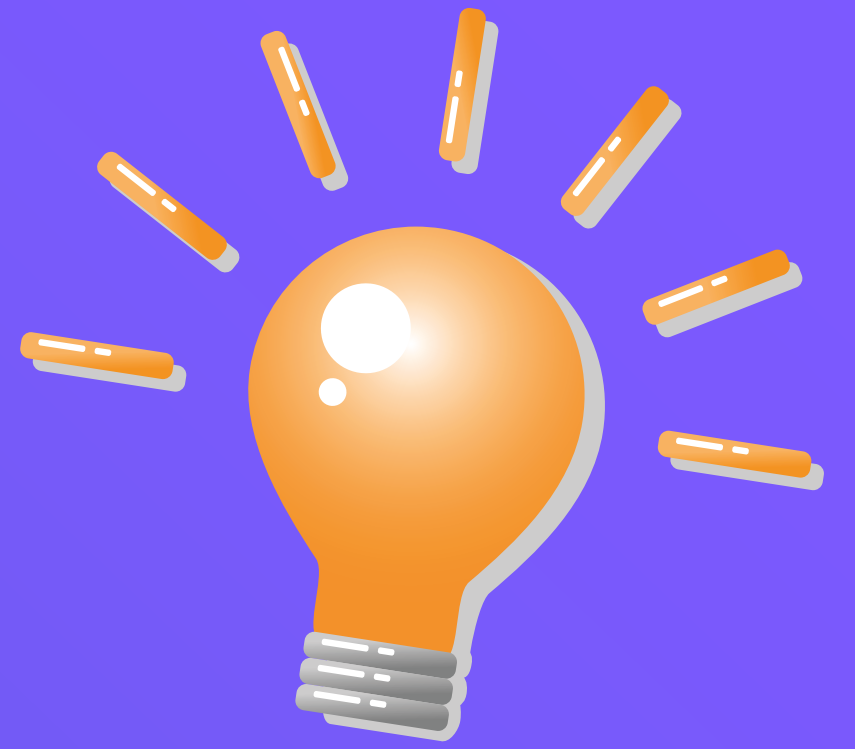


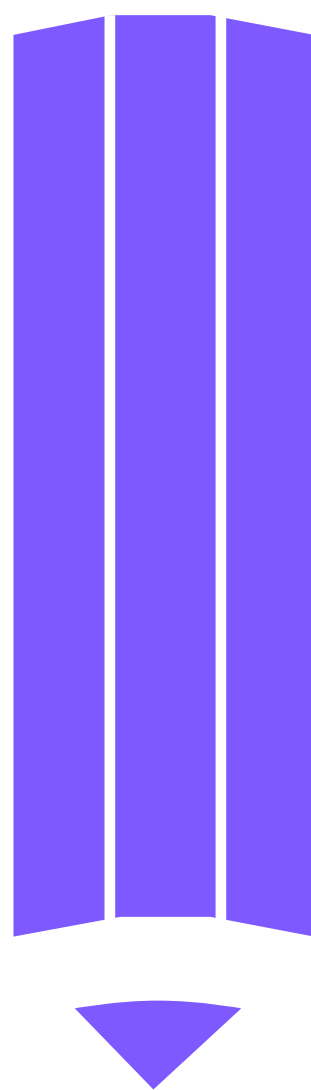
DEINE STRATEGIE FÜR EIN ERFOLGREICHES MARKEN- BRANDING



von Melanie Richter

inkl.

CHECKLISTE



Liebe Leserinnen und Leser,

vielen Dank für Dein Vertrauen, als kleines Dankeschön findest du hier das Erfolgsrezept für einen gelungenen Markenaufbau. Wenn Du nach dieser Strategie vorgehst, steht einem Raketenhaften Start in Dein Business nichts mehr im Wege. Mein Ziel ist es Dich erfolgreich in Deinem Bereich zu machen und das geht nur, wenn ich mein Wissen über eine gelungene Markenetablierung mit Dir teile. Ich hoffe, dass dich diese Anleitung mit Checklisten zum abhaken, Deinem Ziel etwas näher bringt, denn ich bin der Meinung dass wir uns Gegenseitig unterstützen sollten, denn wenn man seinen Erfolg mit jemandem Teilt und sich so Gegenseitig einen einfacheren und besseren Stand im Berufsleben ermöglicht können wir alle Zufriedener durchs Leben gehen. Was bringt mir mein Erfolg, wenn ich ihn nicht dafür nutze ihn zu Teilen.

Ich wünsche dir den größten Erfolg für Dein Business und hoffe, dass ich dir hiermit ein wenig unter die Arme greifen kann. Ich stehe Dir aber auch immer gerne mit Rat und Tat zur Seite und entwickle gemeinsam mit Dir die perfekte Strategie für Dein Unternehmen, dessen Umsetzung wir dann in Angriff nehmen werden.

Beste Grüße und viel Erfolg

Deine Melanie Richter

von MRs Sketch



Der erste Schritt zur eigenen Marke

Der Aufbau einer erfolgreichen Marke ist keine leichte Aufgabe, aber mit der richtigen Strategie und Vorbereitung kannst Du es definitiv schaffen! Um erfolgreich zu sein, musst Du zunächst bereit sein, Dich überhaupt auf den Weg zu machen und Dich umfassend über das Thema zu informieren. Ein gut durchdachtes Konzept ist nämlich der Schlüssel zum Erfolg und eine hervorragende Möglichkeit, das scheinbare Mammutprojekt in kleine, umsetzbare Schritte zu unterteilen.

Zu den wichtigsten Dingen, die Du benötigst, gehören eine klare Vision, eine starke Marke und eine nachhaltige Marketingstrategie. Du solltest Dir über Deine **Zielgruppe** im Klaren sein und herausfinden, wie Du sie am besten erreichen kannst. Eine gründliche Marktforschung kann Dir dabei helfen, Deine Marke von anderen abzuheben und Dich auf Deine Stärken und Alleinstellungsmerkmale zu konzentrieren.

Eine weitere wichtige Komponente ist die Schaffung einer starken **Online-Präsenz**, insbesondere durch eine benutzerfreundliche und professionelle Website, die Deine potenziellen Kunden durch ein unwiderstehliches Klickerlebnis führt. Social Media ist ein weiteres wertvolles Instrument, um Deine Marke bekannter zu machen und eine Beziehung zu Deiner Zielgruppe aufzubauen.

Verlasse Dich also nicht auf Vermutungen, sondern messe Deine Erfolge und **analysiere** Deine Ergebnisse regelmäßig. Das hilft Dir, Deine Strategie zu verbessern und Dich stetig weiterzuentwickeln.

Und last but not least, sei unbedingt geduldig und **bleibe dran!** Der Aufbau einer erfolgreichen Marke erfordert Zeit und Arbeit. Aber mit der richtigen Einstellung und dem unerschütterlichen Glauben an Dich und Deine Marke wirst du Dein Ziel erreichen.

Also, ran an die Arbeit und denke daran, dass eine Prise Humor und Persönlichkeit Deinem Vorhaben auch nicht schaden werden!

Kurz zusammengefasst benötigst Du folgende Dinge, um Deine Marke erfolgreich werden zu lassen:

1. Klare Vision und Mission:

Es ist wichtig, dass Du eine klare Vorstellung davon hast, was Deine Marke verkörpern und erreichen soll. Dies ist die Basis für alle zukünftigen Entscheidungen und Aktionen.

2. Marktforschung:

Eine gründliche Recherche ist unerlässlich, um die Bedürfnisse und Wünsche Deiner Zielgruppe zu verstehen.



3. Einzigartiges Branding:

Eine einzigartige Identität und ein besonderes visuelles Erscheinungsbild sind wichtig, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

4. Konsistente Kommunikation:

Eine konsistente Kommunikation Deiner Marke ist wichtig, um ein klares und erkennbares Bild zu schaffen und das Vertrauen Deiner Zielgruppe zu gewinnen.

5. Hochwertige Produkte oder Dienstleistungen:

Eine erfolgreiche Marke basiert auf hochwertigen Produkten oder Dienstleistungen, die den Bedürfnissen und Wünschen Deiner Zielgruppe entsprechen.

6. Engagement und Interaktion mit der Zielgruppe:

Es ist wichtig, eine Beziehung zu Deinen Kunden aufzubauen und ihre Meinungen und Bedürfnisse zu verstehen, um Deine Marke verbessern und stärken zu können.

7. Langfristige Planung und Engagement:

Eine erfolgreiche Marke ist ein langfristiger Prozess, der kontinuierliches Engagement und Anpassung erfordert, um den sich ändernden Bedürfnissen und Trends gerecht zu werden.

Es ist doch so, dass wir in unserem Alltag tausenden Marken und Produkten begegnen. Doch welche davon wirklich präsent bleiben, hängt schlussendlich von Deinem Vorwissen und Deinen Erfahrungen ab, insbesondere bei komplexen Produkten. Ungefähr 70-80% Deiner Kaufentscheidungen werden unbewusst getroffen. Daher ist es wichtig, die richtigen Sinne anzusprechen, um das Interesse Deiner Kunden zu wecken. Hier kommt Branding ins Spiel.

Unternehmens- bzw. Marken-Branding: Was ist das überhaupt genau?

Marken-Branding ist der Prozess, eine Marke und ihr Image zu schaffen und zu pflegen, um eine starke Kundenbindung aufzubauen. Es geht darum, eine Marke so zu definieren und zu gestalten, dass sie im Kopf der Verbraucher einen bestimmten Eindruck hinterlässt und sich von der Konkurrenz abhebt.

Ein erfolgreiches Markenbranding setzt auf eine klare Markenstrategie, die sich an den Wünschen und Bedürfnissen des Zielpublikums orientiert. Hierbei spielen Faktoren wie das Brand **Logo**, die Brand-Farben und die Brand-Sprache eine wichtige Rolle. Du solltest also eine eindeutige und einheitliche Markenbotschaft



mit Deiner Brand kommunizieren, um eine konsistente Kundenerfahrung zu garantieren.

Um ein erfolgreiches Markenbranding aufzubauen, ist es wichtig, sich Zeit und Mühe zu geben, um die Marke gründlich zu definieren und zu verstehen. Du solltest Dich mit Deiner Zielgruppe beschäftigen, ihre Bedürfnisse und Wünsche kennenlernen und Deine Markenpositionierung danach ausrichten. Darüber hinaus ist es wichtig, eine starke und einheitliche Markenidentität aufzubauen, die sowohl offline als auch online kommuniziert wird. Durch kontinuierliche Überwachung und Anpassung kannst Du Dein Markenbranding aufrechterhalten und verbessern.

Die klare Definition des Markenkerns und dessen Weiterentwicklung zur umfassenden Corporate Identity bietet Dir also nicht nur einen Mehrwert für das äußere Erscheinungsbild des Unternehmens, sondern bildet dessen Fundament.

Das kann professionelles Branding erreichen:

- Einzigartigkeit fördern
- Von Wettbewerbern abgrenzen
- Wahrnehmung steigern
- Unternehmens-Botschaft präzisieren
- Kunden binden
- Unternehmens-Zugehörigkeit stärken
- Social Media Aktivitäten unterstützen

Das heißt: Ein professionelles Logo Design ist der erste Schritt zum umfassenden Corporate Design. Hier werden Ziele, Werte und Emotionen des Unternehmens symbolisiert und der Grundstein für alle weiteren Design-Elemente gelegt. Neben dem Logo gehören auch Visitenkarten, Geschäftspapiere und Social Media Design zum einheitlichen Unternehmens-Branding.

Mit der folgenden Checkliste hast Du einen Leitfaden, an dem Du dich orientieren kannst und lernst so alle wichtigen Punkte im Branding-Ablauf kennen und kannst direkt mit der Umsetzung beginnen.

4 Schritte für eine starke Marke

1. Informationen sammeln
2. Ideen festhalten
3. Auswahl treffen und Feedback einholen
4. Verfügbarkeit prüfen und eintragen

1. Informationen sammeln

- **Wofür soll Deine Marke stehen?**

Verkaufst Du beispielsweise Produkte die nachhaltig produziert werden, dann ist das ein Wert, für den Deine Marke steht.

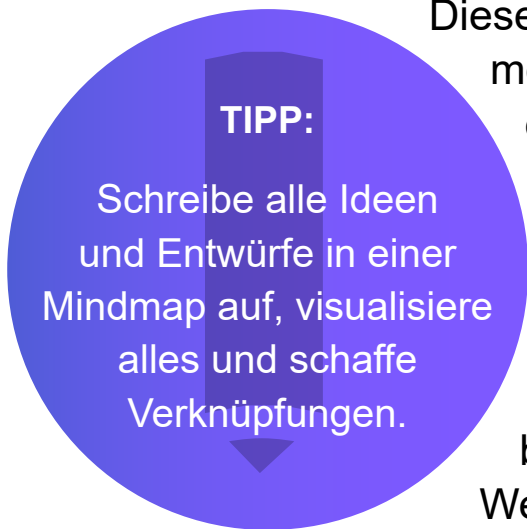
CHECK

CHECK

- **Was soll Deine Marke transportieren, welches Gefühl wollen Sie bei Ihrer Zielgruppe auslösen?**

• **Was hebt Dich von Deiner Konkurrenz ab?**

CHECK



Diese Fragen zu Deiner Unternehmenskultur sind entscheidend, da diese in der visuellen Darstellung der Marke reflektiert werden sollten. Es ist wichtig zu wissen, welche Identität das Unternehmen besitzt, nach welchen Leitbildern es strebt und welche Werte vertreten werden. Dies

ist innerhalb des Unternehmens für den Arbeitsablauf sowie die Arbeitsweise, als auch bei der Zusammensetzung des Teams von großer Bedeutung. Alles was die Unternehmenskultur beinhaltet und in ihr erarbeitet wird, wird zwangsläufig auch nach außen getragen und verleiht dem Unternehmen sein eigenes Bild.

• **Wer sind Deine Kunden?**

CHECK

Auf das Leitbild Deines Unternehmens aufbauend entsteht automatisch eine Kundengruppe, welche sich durch die vertretenen Werte angesprochen fühlt und so einfacher für das Unternehmen zu erreichen ist. Marken entstehen in den Köpfen der Menschen, deshalb ist es so wichtig sich bei der Entwicklung Gedanken zu machen, was und an wen man kommunizieren möchte.

2. Ideen festhalten

CHECK

Den richtigen Markennamen finden

Die ersten Schritte für die Namensfindung hast Du bereits getan, Du hast Dich mit dem Markt beschäftigt und Dein Alleinstellungsmerkmal herausgearbeitet. Nun geht es daran weitere Informationen, die zur Inspiration dienen zu sammeln. Suche die besten/schlechtesten Konkurrenten heraus, analysiere deren Namen und leite daraus Informationen für Dein Unternehmen ab. Sammle branchenübliche Begriffe und Tätigkeiten, auch die können Hinweise auf den späteren Namen geben.

Folgende Namenstypen gibt es:

- Abkürzungen (z.B. BMW)
- Eigennamen (z.B. Siemens, Nivea etc.)
- Fremdsprachige Begriffe (z.B. After Eight)
- Beschreibende Begriffe zu Produkteigenschaften (z.B. Kinder-Riegel)
- Fantasienamen/Neologismen (z.B. Zalando)
- Akronyme, Wortgruppen, die auf die Anfangsbuchstaben gekürzt werden (z.B. Adidas (Adi Dassler))
- Lexikalische Begriffe (z.B. Apple)
- Begriffe aus der Mythologie (z.B. Nike)

3. Auswahl treffen und Feedback einholen

CHECK

Nun hast Du erste Ideen gesammelt, dann geht es daran diese genauer zu analysieren und zu überprüfen.

Folgende **FEHLER** solltest du **unbedingt vermeiden**, wenn es um die Wahl Deines Markennamens geht:

- Copycat/zu hohe Ähnlichkeit zum Markennamen eines Wettbewerbers
- Zungenbrecher/schwierige Aussprache (Markenname müsste buchstabiert werden)
- langweilig/beliebig (es besteht keine Verbindung zu Deinem Produkt und Deiner Firma)
- zu hohe Voraussetzungen (kein Fremder versteht den Markennamen)
- Langweilig (Markenname klingt einfallslos)
- Brand-Fail (negative Bedeutung in einer Fremdsprache)

Streiche diese Ideen von Deiner Liste.

Umfragen z.B. im Bekanntenkreis geben einen Eindruck, wie ein Name auf andere Menschen wirkt. Wie ist das Feedback? Positiv, oder musst Du Deine Idee zum Markennamen immer erst erläutern? Ideen mit negativem Feedback und hohem Erklärungsbedarf sollten also ebenfalls von Deiner Liste gestrichen werden.

Am Schluss sollten noch 3 Ideen für Ihren zukünftigen Markennamen übrig bleiben.

CHECK

4. Verfügbarkeit prüfen und Marke eintragen lassen

Mach eine Markenrecherche im Markenregister, prüfe ob Deine Wunschdomain/Webadresse noch verfügbar ist, ebenso wie Social Media Namen. Im Deutschsprachigen Raum empfehle ich immer die Domainendungen .de und .com zur Verfügung zu haben, da dies immer zu den beliebteren Domains gehören (auch bei der Suche Deiner zukünftigen Kunden).

Nun kannst Du Deine Marke im DPMA (Deutsches Patent- und Markenamt) eintragen lassen.

CHECK

Einen treffenden Slogan entwickeln

Der Markenname steht, dann geht es nun daran einen passenden Slogan für Dein Unternehmen zu entwickeln. Dieser transportiert die Kernbotschaft und bleibt bei Deiner Zielgruppe bestenfalls im Kopf. Kommuniziere mit Deinem Slogan das Alleinstellungsmerkmal und achte immer darauf, dass dieser kurz, prägnant und einprägsam ist.





Wie erstellt man ein Logo und ein Corporate Design?

Für einen professionellen Auftritt nach außen, der die zuvor entwickelte Identität treffend darstellt rate ich dazu Dich dabei professionell unterstützen zu lassen. Als erfahrene Grafikdesignerin kann ich sagen, dass es wesentliche Punkte zu beachten gibt, an die man so gar nicht denken würde, wie beispielsweise die verschiedenen Dateiformate für Digital- und Printmedien, um sie ohne Qualitätsverlust (bspw. Verpixelung) nutzen zu können oder auch bspw., dass Dein Logo auf hellem sowie auf dunklem Untergrund sichtbar und Markentreu bleibt. Da ist es mit einer einzelnen JPG-Bilddatei nicht getan.

Dein Logo und Styleguide bilden die Grundlage für die visuelle Identität des Unternehmens, daher sollten sie qualitativ hochwertig entwickelt werden. Wenn Du also an dieser Stelle probierst an Kosten zu sparen zahlst Du in der Regel später doppelt, da diese Punkte spätestens wenn es um das Thema Marketing geht von großer Bedeutung sind.

Während der konzeptionellen Erstellung solltest Du also darauf achten, dass Dein Grafiker im stetigen Austausch mit Dir steht, um Deine Ideen in den Entstehungsprozess mit einzubeziehen und ein Ergebnis zu erzielen, was Deine bzw. die Identität Deiner Marke widerspiegelt. Im Anschluss an die Konzeption sollten Dir mehrere Vorschläge gemacht werden, aus denen der Passende ausgewählt wird. Ich arbeite so und empfehle, egal für welchen Designer Du dich entscheidest, dass dies Dein Mindestanspruch an ihn/sie sein sollte, um das beste Ergebnis zu bekommen.

Die professionelle Entwicklung einer Marke bietet Dir einen erheblichen Mehrwert, da ein einheitliches Design für Deine gesamte Unternehmung aus einer Hand kreiert werden kann. So kann ein ganzer Styleguide erstellt werden, welcher die visuellen Elemente Deines Unternehmens beinhaltet. Bestandteile sind neben dem Logodesign, welches weiterhin den größten Wiedererkennungswert bietet, auch konzeptionelle Vorlagen für Ihre Website, Deine Social Media-Kanäle und weitere Marketingprodukte.

Durch die einheitliche Gestaltung wird nicht nur ein größerer Wiedererkennungswert geschaffen, sondern auch ein professioneller und vertrauenswürdiger Auftritt. Über ein gut ausgearbeitetes Markendesign können folglich Deine Unternehmenswerte bestmöglich vermittelt werden und so die Aufmerksamkeit der Kunden steigern.

Im Anschluss geht es darum Deine Marke bekannt zu machen und Deine Zielgruppe überhaupt zu erreichen. Wie das funktioniert und warum Marketing so wichtig ist, erfährst Du im Folgenden.

Marketing, nutze alle Medien für mehr Sichtbarkeit.

Zielgerichtete Werbestrategien sind unverzichtbar, wenn Du Dein Unternehmen auf dem Markt sichtbar machen möchtest. Dir bringt die beste Webseite auf der Welt absolut nichts, wenn sie niemand sieht. Aus diesem Grund musst du Deine Kunden anlocken bzw. in ihrem Blickfeld auftauchen. Das kannst Du mit dem richtigen Marketing Deiner Marke auch schaffen. Von Online-Werbeanzeigen, über Offline-Flyer, Plakate oder auch Kooperationen mit anderen erfolgreichen Firmen, die zu Deinem Thema und Produkt passen, kannst Du viele Kunden erreichen. Orientiere Dich an der folgenden Checkliste und Du wirst sehen, dass sie richtig umgesetzt zum Erfolg führen wird.

Tipps und Tricks

Deine Checkliste für erfolgreiches Marketing:

1. **Identifiziere Deine Zielgruppe:** Wie schon bei der Logofindung ist es auch beim Marketing wichtig zu allererst zu wissen, wer Deine Kunden sind. Überlege dir, wer Deine Produkte oder Dienstleistungen kaufen möchte und welche Eigenschaften diese Personen besitzen. CHECK
2. **Stelle sicher, dass Deine Marke einzigartig ist:** Überlege dir, was Dein Unternehmen von anderen unterscheidet und arbeite daran, dies in Deinen Marketing-Aktionen hervorzuheben. Ein einzigartiger USP (Unique Selling Point) kann Dir bspw. helfen, Dich von der Konkurrenz abzuheben. CHECK
3. **Nutze soziale Medien:** Soziale Medien sind ein großartiger Ort, um Dein Unternehmen zu bewerben und Deine Zielgruppe zu erreichen. Stelle sicher, dass Du auf den richtigen Plattformen aktiv bist, auf denen sich Deine Zielgruppe befindet. CHECK

4. Erstelle attraktive Werbung: Ob es sich um Printanzeigen, Online-Anzeigen oder Social-Media-Anzeigen handelt – es ist wichtig, dass Deine Kampagnen auffallen und die Aufmerksamkeit Deiner Zielgruppe auf sich zieht. Verwende attraktive Grafiken und eine klare Botschaft.

CHECK

5. Sammle Feedback von Kunden: Feedback von Kunden ist wertvoll und hilft Dir, Dein Marketing und Dein Geschäft stetig zu verbessern. Frage regelmäßig nach Feedback und nutze es, um Deine Marketingstrategie weiterzuentwickeln.

CHECK

6. Sei kreativ: Denke außerhalb der Box und sei kreativ bei der Gestaltung Deiner Marketingkampagnen, alles ist erlaubt, was Freude macht. Überrasche Deine Zielgruppe mit etwas, das sie nicht erwartet hat.

CHECK

7. Überwache und optimiere deine Kampagnen: Überwache ständig die Leistung Deiner Marketingkampagnen und optimiere sie, wenn nötig. Verfolge die Ergebnisse und ändere deine Strategie, wenn sie nicht die gewünschten Ergebnisse liefert.

CHECK

Ich hoffe, dass diese Tipps und Tricks Dir helfen werden, Dein Unternehmen erfolgreich zu vermarkten und es nach vorne zu bringen! Wenn Du Unterstützung benötigst, stehe ich Dir natürlich immer mit Rat und Tat zur Verfügung und wir finden den passenden Weg, um Deine Ziele zu erreichen. (Schau einfach auf meiner Webseite vorbei und kontaktiere mich: www.mrs-sketch.de)



Marken-Branding: Ein komplexes Thema, leicht gehandhabt

Unternehmens Branding ist ein komplexes Thema, das viele Unternehmen erschreckt. Es gibt jedoch einige einfache Schritte, die Du unternehmen kannst, um Deine Marke zu stärken und zu verbessern. Dazu zählen beispielsweise auch ein einheitliches Layout für Webseite, Visitenkarten und Briefbögen, so haben Deine Kunden direkt einen viel seriöseren Eindruck von deiner Firma, als wenn die Layouts nicht aufeinander abgestimmt sind und so gar nicht zusammenpassen,



oder noch schlimmer jedes Schreiben, dass sie von Dir in ihrem Briefkasten finden sieht immer ein bisschen anders aus. So kann sich Deine Marke nicht einbrennen, es heißt schließlich „Branding“. Es müssen also alle Aspekte Deine Marke - von der Website bis zur Verpackung - diese Positionierung widerspiegeln.

Es ist ebenso wichtig, regelmäßig zu überprüfen, ob Deine Marke noch auf dem richtigen Weg ist. Dazu kannst Du Marktforschung betreiben und mit Deiner Zielgruppe sprechen und auch regelmäßig die Entwicklung Deiner Konkurrenten prüfen. Auf diese Weise kannst Du sicherstellen, dass Ihre Marke immer noch relevant und ansprechend ist.

Wir fassen also kurz zusammen:

CHECK

1. Eine Marke aufbauen – warum es sich lohnt

Der Aufbau einer starken Marke ist eines der wichtigsten Dinge, die Du als Unternehmer tun kannst. Eine starke Marke hilft Dir nicht nur, mehr Kunden zu gewinnen, sondern auch, mehr Umsatz zu generieren und Dein Unternehmen langfristig erfolgreich zu machen.

2. Die richtige Zielgruppe für Deine Marke finden

CHECK

Bevor Du mit dem Aufbau Ihrer Marke beginnst, ist es wichtig, zu wissen, wer Deine Zielgruppe ist. Denn nur wenn Du weißt, wer Deine Kunden sind und was sie wollen, kannst Du auch die richtige Strategie entwickeln, um sie zu erreichen.

3. Den Kern Deiner Marke identifizieren

CHECK

Identifiziere den Kern Deiner Marke. Denn er ist das Herzstück Deines Produkts und alles, was Du tust, sollte auf diesen Kern ausgerichtet sein. Nimm Dir also Zeit, um ihn genau zu bestimmen.

4. Die perfekten Farben und das passende Logo für Deine Marke finden

CHECK

Ein wichtiger Teil des Aufbaus einer starken Marke ist die Wahl der richtigen Farben und des passenden Logos. Denn Farben und Logo können entscheidend dafür sein, ob Kunden sich für Dein Unternehmen entscheiden oder nicht. Scheue also nicht den Weg über einen erfahreneren Grafikdesigner, langfristig gesehen wird es Dir viel Zeit, Geld und Nerven ersparen.

5. Eine ansprechende Webseite erstellen

CHECK

Heutzutage ist eine ansprechende Webseite ein Muss für jedes Unternehmen. Denn die Webseite ist oft das erste, was Kunden von Deinem Unternehmen sehen und deshalb sollte sie absolut professionell wirken.

Wenn Du kein professionelles Design erstellen kannst, ist es absolut nicht schlimm, dann lasse sie von einer/m Webdesigner:in erstellen und konzentriere Dich auf die Stärken von Deinem Produkt.

6. Werbung für Deine Marke schalten

CHECK

Um Deine Marke bekannt zu machen und neue Kunden zu gewinnen, musst Du Werbung schalten. Dabei ist es wichtig, die richtigen Kanäle zu nutzen und die Werbung so zu gestalten, dass sie die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zieht. Wenn Du unsicher bist, welche Kanäle für Dein Unternehmen am besten funktionieren oder wie Du die Werbung gestalten sollst, dann hole Dir Hilfe von einem professionellen Marketing-Berater.

7. Auf Messen ausstellen

CHECK

Messeauftritte sind ebenfalls eine großartige Möglichkeit, um neue Kunden zu gewinnen und die Bekanntheit zu steigern. Achte bei der Auswahl der Messe jedoch darauf, dass diese den Interessen Deiner Zielgruppe entspricht und genügend potentielle Kunden anzieht. Wenn Du auf einer Messe ausstellen möchtest, solltest Du Dich rechtzeitig um einen Stand bewerben und alle notwendigen Vorbereitungen treffen, damit der Auftritt erfolgreich wird.

BRANDING-TIPPS

Mit Markenführung zur führenden Marke

Eine bewährte Methode ist die Personifizierung des Unternehmens. Hierbei stellt man sich vor, dass die Marke eine Person ist, die zum Beispiel gerade eine Party betritt. Wie würde sich diese Person verhalten? Würde Sie sich sofort laut und energisch in die Menge stürzen oder zurückhaltend abwarten, bis sich der geeignete Gesprächspartner gefunden hat? Diese Verhaltensweisen und die damit verbundenen Emotionen geben einen ersten Eindruck von der Markenpersönlichkeit und helfen Designern dabei diese kreativ auszudrücken.

Insider-Tipp: Pinterest-Board

Mit Bildern, die zum Unternehmen passen, gilt das Pinterest-Board für viele Designer als visuelle Inspirationsquelle und hilft ihnen dabei passende Designs zu erstellen.

Die richtige USP schaffen

Recherche bleibt in diesem Schritt nicht aus und sollte die Grundlage jedes weiteren Schrittes von hier an sein. Nachdem Du bereits eine Wettbewerbsanalyse durchgeführt hast, ist es wichtig die Branding-Materialien der Wettbewerber noch einmal genauer zu betrachten. Gibt es branchentypische Designs? Welche Farben und Formen passen zu meinem Unternehmen?

USP – Alleinstellungsmerkmale erarbeiten

Auch wenn Du vorher schon ein genaueres Bild vom eigenen Design hattest, kann diese Analyse noch einmal alles ändern. Schließlich möchte man mit der Marke ein Alleinstellungsmerkmal schaffen und nicht wie alle anderen aussehen.



Einheitliches Corporate Design erstellen

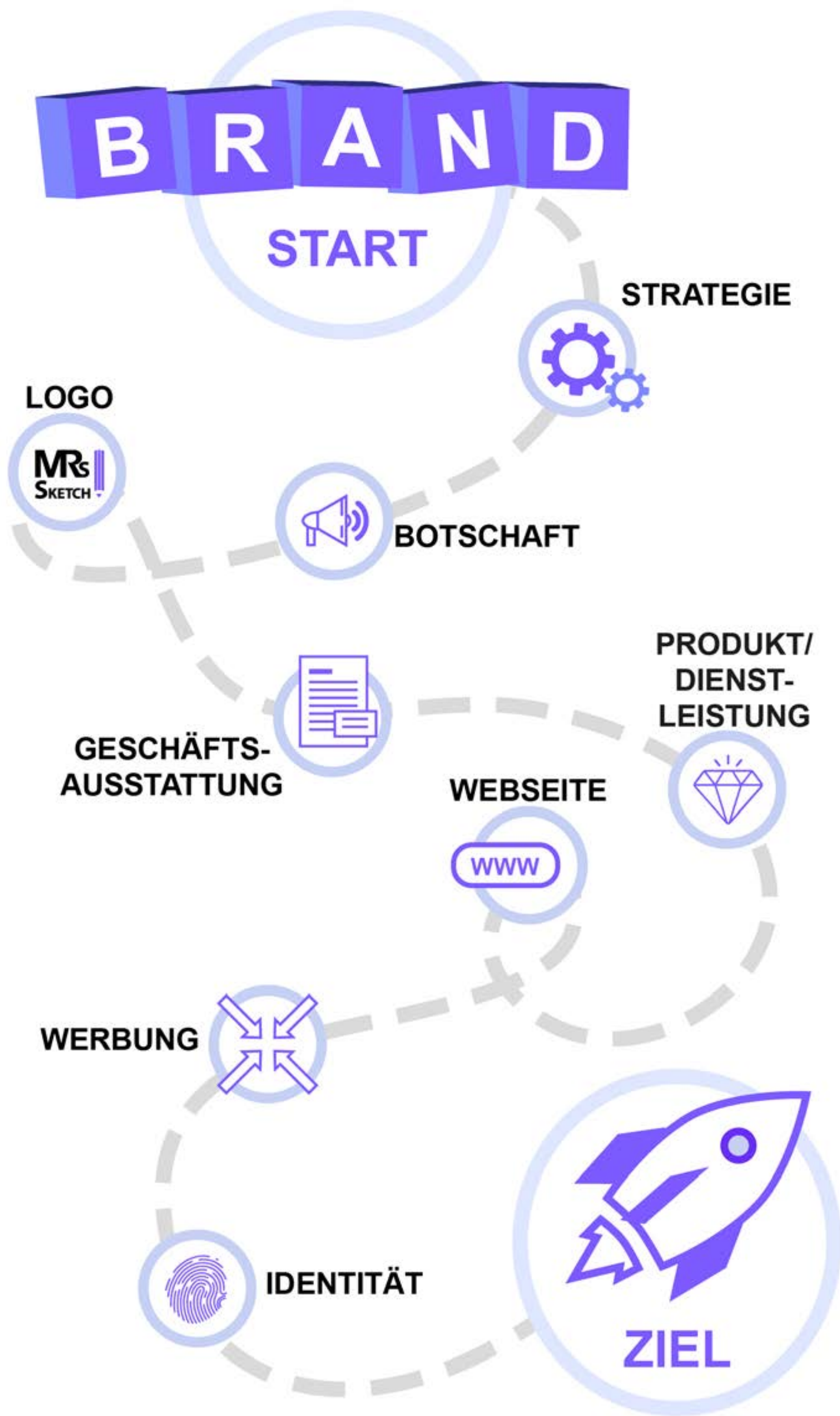
Bevor Du die Logoerstellung in Auftrag gibst, sollte zunächst der Name des Unternehmens feststehen. Bei der Auswahl des Namens solltest Du darauf achten, dass dieser noch als Domain-Name zur Verfügung steht. Ein weiteres Muss ist der Aufbau einer Online-Präsenz. Ein schlichtes aber ansprechendes Webdesign erhält Du bereits in wenigen Schritten und Du kannst, wenn gewünscht die Website dann nach den eigenen Bedürfnissen jederzeit anpassen.

Last but not least: Social Media

Mit Social Media Profilen begibst Du Dich auf die Ebene des Kunden und erreichst diesen direkt. Anspruchsvolles **Social Media** Design und interessante Inhalte können gewonnene Neukunden auch langfristig halten.

Wer darüber hinaus auch auf Messen und Events im Gespräch bleiben will, kann mit eigenen **Visitenkarten** schnell beeindrucken.

Bei allen Elementen des **Corporate Designs** ist es wichtig, dass ein roter Faden die Thematik bestimmt. Daher empfiehlt es sich oft mit demselben Designer an allen dafür notwendigen Grafiken zu arbeiten.



MRs SKETCH

www.mrs-sketch.de

- Webdesign
- Logodesign
- SEO – Suchmaschinenoptimierung
- Print
- AD Marketing
- Werbevideos/-bilder

Instagram: <https://www.instagram.com/mrssketch.design/>

Facebook: <https://www.facebook.com/people/MRs-Sketch/100088795911112/>

LinkedIn: <https://de.linkedin.com/in/melanie-richter-77571725b>