

STRATEGIE **TRIFFT** EMOTION



Branding

Erfolgreiches Branding basiert auf dem Konzept, in den Köpfen der Kunden als einzigartig und unverwechselbar wahrgenommen zu werden und nachhaltig präsent zu bleiben.

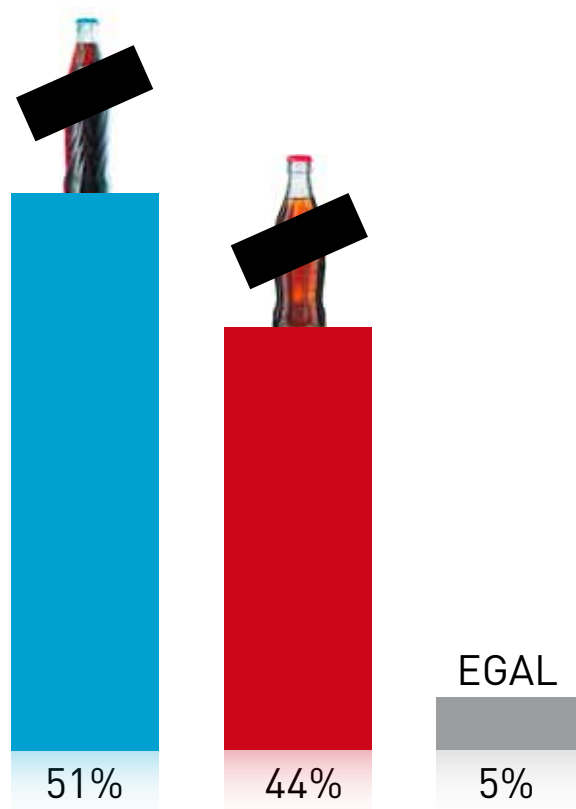


*Eine brave,
vernünftige Lösung
ist nicht unbedingt
die beste.*

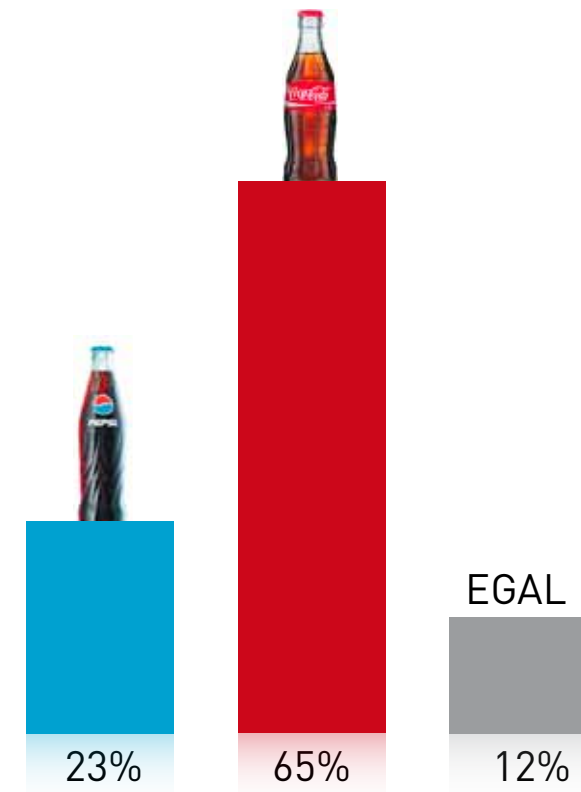


Branding

Die Macht der Marke.



BLINDTEST: verdeckter Test



MARKENTEST: Darbietung der Marke



Emotional Boosting

Tatsache:

Nur die Botschaften, die in uns Gefühle auslösen, bleiben hängen.

Freude am Fahren

Was noch?

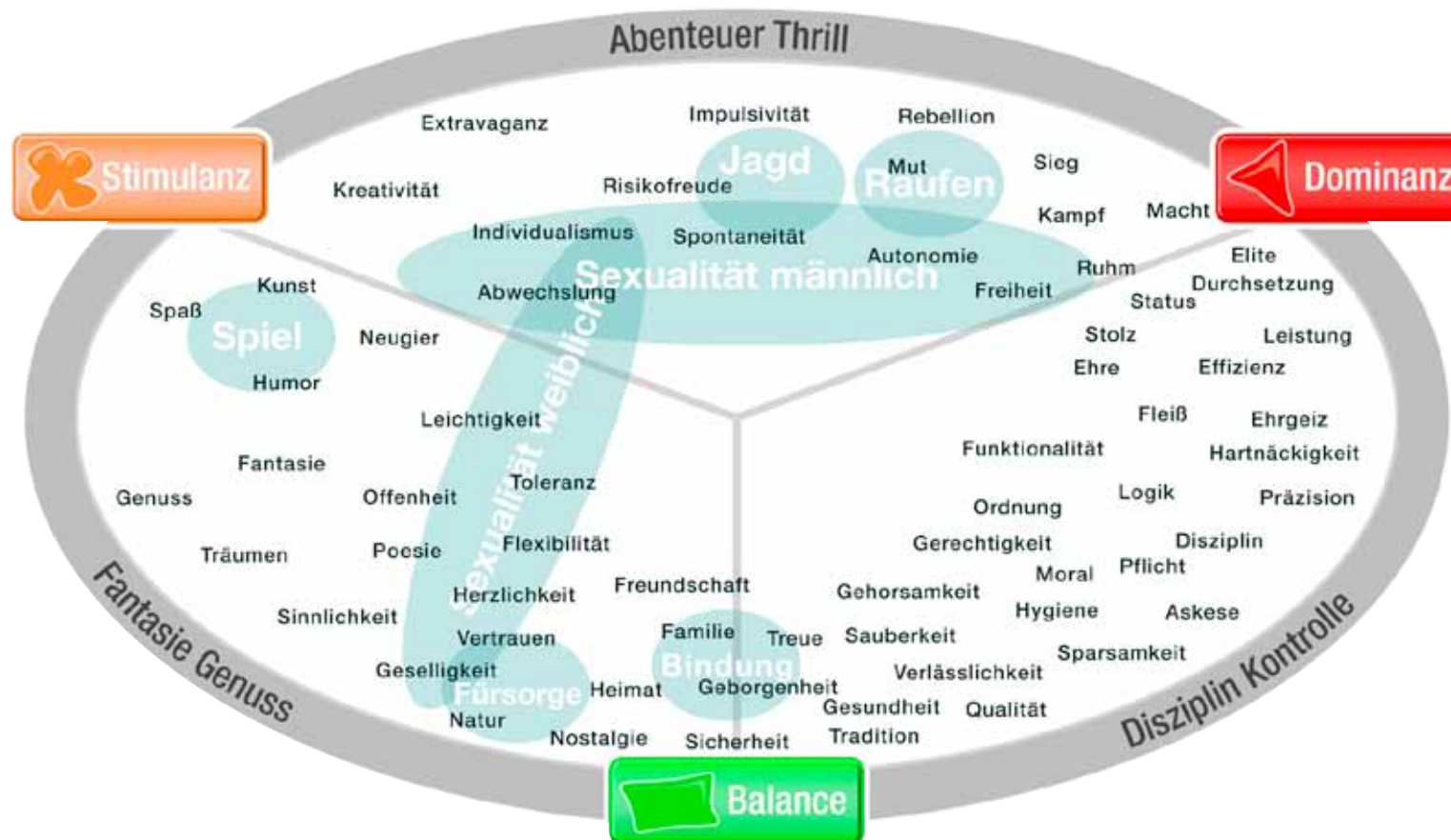




Limbic Map

Die Limbic® Map zeigt den Emotionsraum des Menschen übersichtlich auf einen Blick.

Alle menschlichen Motive, Werte und Wünsche lassen sich auf der Limbic® Map darstellen und in Relation zueinander bringen.





Meine Marke

30 Sekunden: Der Elevator Pitch.

Wer sind Sie?

Was machen Sie?

Was haben Ihre Kunden davon, dass es Sie gibt?



Meine Marke

Meine Wettbewerber:

Wofür stehen sie?
Wie stellen sie sich dar?

Meine Zielgruppe:

Welche Emotionen
kann ich anteasern?

USP/ESP

Alleinstellungsmerkmal?
Welche Wünsche wecken?

Meine Wettbewerber: Wofür stehen sie? Wie stellen sie sich dar?	Meine Zielgruppe: Welche Emotionen kann ich anteasern?	USP/ESP Alleinstellungsmerkmal? Welche Wünsche wecken?



Vom Kopf ins Herz.

Die Idee.

Auf der Suche nach dem großen Gedanken. Der Umsetzung, die direkt und aufmerksamstark zum Ausdruck bringt, worum es geht.

Brainstorming

Mind Map

Intuition

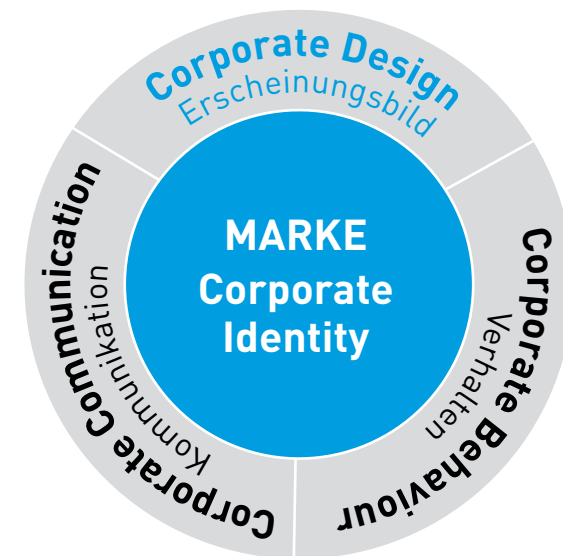
Ideen sammeln

überdenken



Corporate Design^{CD}

Die visuelle Umsetzung. Das Design. Das Wording.
Gestaltungselemente definieren und konsequent einsetzen.





Elemente^{CD}

LOGO

CLAIM
SLOGAN

FARBEN

TYPO

BILDSPRACHE

FOTOS
ILLUSTRATIONEN
ICONS

STIL

RASTER

MATERIAL



Wirkung^{CD}

KLAR
SCHNELL ERFASSBAR

AUTHENTISCH

PRÄGNANT
UNVERWECHSELBAR

BESTÄNDIG

EMOTIONAL



Statements ^{CD}

FORM
FOLLOWS
FUNCTION

MAN KANN NICHT
NICHT
KOMMUNIZIEREN!

PAUL WATZLAWICK

SICHT VON INNEN

SICHT VON AUSSEN

ZIELGRUPPE FRAGEN
PROFI FRAGEN

KOMMUNIKATION
IST ALLES.

NICHT NUR
DAS PRODUKT
IST ENTSCHEIDEND.

FÜR DEN
ERSTEN
EINDRUCK
GIBT'S
KEINE
ZWEITE
CHANCE.



Corporate Design^{CD}

Erscheinungsbild

Wirkung



Das Geheimnis des Erfolgs?

ANDERS SEIN

ALS DIE ANDEREN

WOODY ALLEN