

POSITIONIERUNG & MARKENSTRATEGIE

FÜR DESIGNER/INNEN

IDUG BERLIN 09. AUGUST 2019
Florian Caspers

Elevator Pitch

**Worin besteht die grundlegende
Aufgabe Deines Unternehmens?**

Elevator Pitch

Der Autokonzern Muster stellt Fahrzeuge her und bietet für den Transport zugeschnittene Produkte. Entwickelt und realisiert Fahrzeuge und befriedigt die Interessen seiner Kunden auf der Straße.

DIE SACKGASSE

Beispiele Startseiten

Vom Logo bis zur Website, Konzeption und Umsetzung **aus einer Hand.**

Herzlich Willkommen auf unserer Website. Als kreatives Grafikbüro entwickeln wir Kommunikationslösungen und umfassendes Corporate Design für zahlreiche Unternehmen aus Berlin, ganz Deutschland **und auch international.** Ob Firmenlogo, Visitenkarten, Broschüren, Briefbögen oder Kataloge – **unsere Servicepalette als Grafikdesigner umfasst eine große Bandbreite. So entsteht durch jahrelange Erfahrung und innovative Ideen Ihr Corporate Design.** Webdesign, Werbebanner, Logos sowie Flyer Gestaltung übernehmen wir gerne für Sie. **Ihr kompetenter Ansprechpartner** in Sachen Grafik und Design.

INNOVATIV UND KOMPETENT ...

Beispiele Startseiten

Illustration, Grafikdesign, Druck

Wir bieten im aktiven Dialog mit unseren Kunden kreative und schnelle Lösungen in den Bereichen Corporate Design, Illustration und Grafikdesign.

Bei der Planung Ihrer Printmedien beraten wir Sie über drucktechnische Details wie Papiersorten, Grammaturen, Falzarten, Formate und mögliche Druckveredelungen wie Glitzer, Schmuckfarben, Sonderfarben, Prägung, Heissfolie, Stanzung, Lackierung, Nummerierungen und mehr. Wir übernehmen den professionellen Offsetdruck und Digitaldruck inklusive europaweitem Versand.

ALSO WAS GENAU? ...

Beispiele Startseiten

Über mich

Seit mehr als drei Jahren arbeite ich als freiberufliche Kommunikationsdesignerin in Berlin. Hier gestalte ich sowohl mit und für Agenturen als auch für eigene Kunden aus den Bereichen Musik, Kultur, Technik, Ökologie, Wissenschaft und vielen weiteren.

Auf Basis durchdachter Konzepte und einer fundierten Herleitung gestalte ich ausgereifte und nachhaltige Kommunikationslösungen und Erscheinungsbilder für meine Kunden. Die Schwerpunkte dieser Arbeit liegen insbesondere in den Bereichen Corporate Design und Informationsdesign.

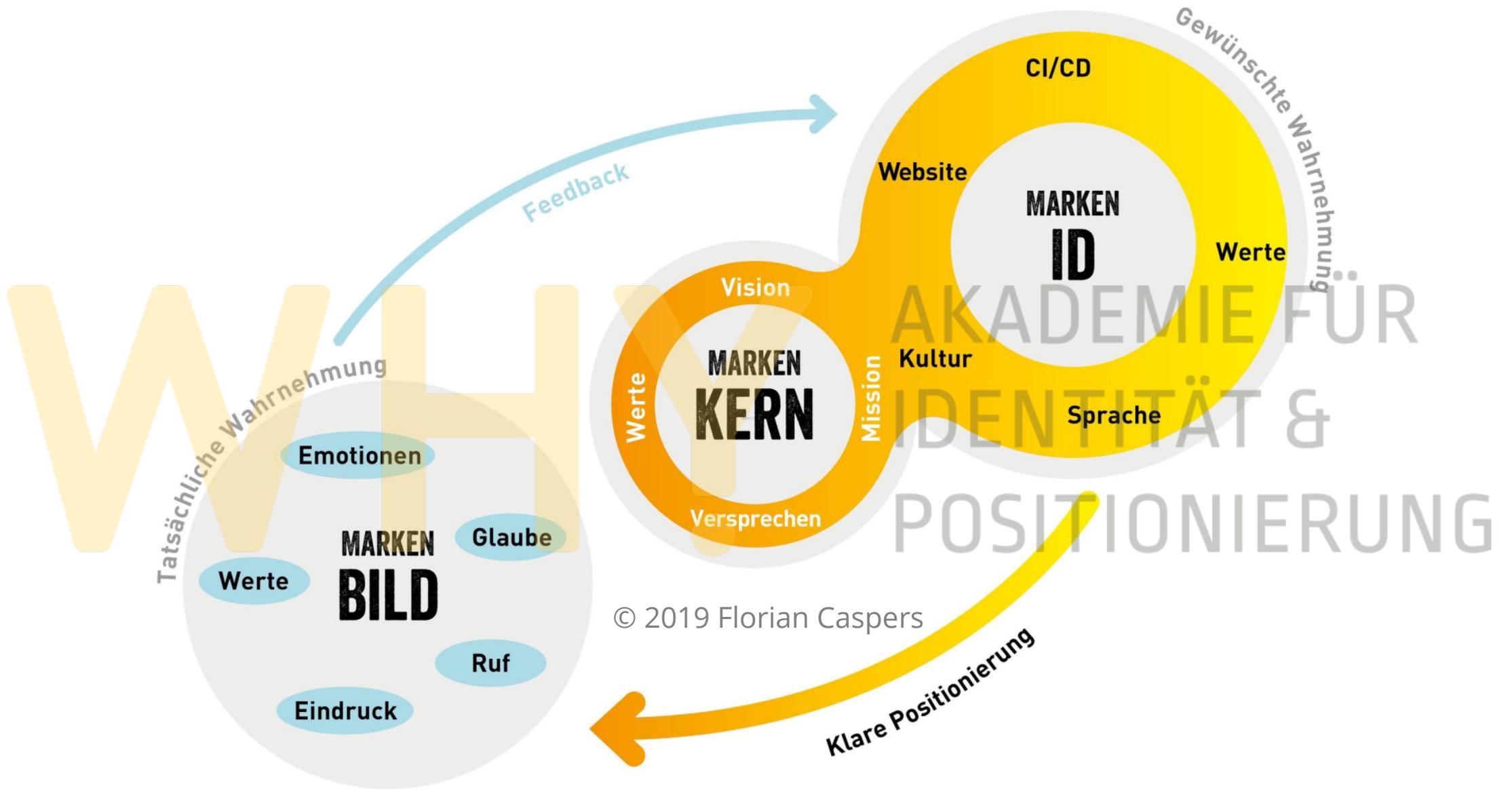
DER WEG

Positionierung

Die Positionierung im Marketing bezeichnet das gezielte, planmäßige Schaffen und **Herausstellen von Stärken und Qualitäten**, durch die sich ein Produkt oder eine Dienstleistung **in der Einschätzung der Zielgruppe** klar und positiv von anderen Produkten oder Dienstleistungen unterscheidet.

MARKEN-Strategie

Eine Markenstrategie kann als bedingter, langfristiger und **globaler Verhaltensplan zur Erreichung der Markenziele** definiert werden. Oberstes Markenziel ist der Aufbau und die Steigerung des Markenwertes.



DER PROZESS

PROZESS

2 Tage, max. 10 Teilnehmer und viele wertvolle Antworten u.a. darauf:

... wie du aktuell strategisches aufgestellt bist

... welche deine Marken-DNA ist

... wie du den Kern deiner Tätigkeit freilegst

... wie du deine Tätigkeit in ein paar treffenden Sätzen beschreibst («Elevator Pitch«)

... in was du Energie investieren solltest und in was nicht

... wie du mit deinem »Warum« jetzt deine nächsten Ziele Schritt für Schritt erreichst

Resultat

KERN
Wer sind wir?

MISSION
Was ist unsere
Aufgabe?

VISION
Was ist unser
visionäres Ziel?

VERSPRECHEN
Wie verhalten
wir uns?

Positionierung Beispiel – FHCM® design with identity

**Wir möchten die Strategie-Design-Lücke schließen und
echte relevante Markenbilder aufbauen.**

Indem wir strategische Beobachtungsfähigkeiten
mit guten Designprinzipien kombinieren.

Wir nehmen uns zurück und gestalten Marken, die
dem Unternehmen nutzen und nicht unserem Portfolio.

Elevator Pitch

**Worin besteht die grundlegende
Aufgabe Deines Unternehmens?**

Antwort:

„Ich/wir glaube/n daran, dass ...“

DER EFFEKT

K L A R H E I T

Verbesserungen in den Bereichen

**Vision
und Ziel**

**Selbst-/
Sicherheit**

**Spezialisierung/
Angebot**

**Kunden-
Kommunikation**

**Projekte und
Themen**

**Kalkulation
und Umsatz**

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

„Die Zielgruppe will kein hochwertiges, qualitativ gutes Design, die wollen etwas, das billig aussieht.“

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

„Es soll traditionell aber auch modern sein.“

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry!“

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen.“

„Wenn ich die Seite ausdrucke, dann stimmen die Farben nicht!“



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

**WAS VERSTEHEN SIE UNTER
FEINSCHLIFF? VERMISSEN SIE NOCH ETWAS?
STICHWORT: ZUSATZKOSTEN.**

„Die Z...

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

„Es soll traditionell aber auch modern sein.“

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry!“

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen.“

„Wenn ich die Seite ausdrucke, dann stimmen die Farben nicht!“



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

LASSE DICH DARAUF EIN, TESTE ES UND ZEIGE, DASS SIE NICHT PASSEND IST.

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

„Es soll traditionell aber auch modern sein.“

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry!“

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen.“

„Wenn ich die Seite ausdrucke, dann stimmen die Farben nicht!“



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

PASST DER KUNDE ZU MIR?

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

„Es soll traditionell aber auch modern sein.“

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry!“

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen.“

„Wenn ich die Seite ausdrücke, dann stimmen die Farben nicht!“



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Meine F

„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

„Die Zielgruppe will kein hochwertiges, qualitativ gutes Design, die wollen etwas, das billig aussieht.“

**DANN BIN ICH NICHT DER
PASSENDE PARTNER FÜR SIE!**

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry!“

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen.“

„Wenn ich die Seite ausdrucke, dann stimmen die Farben nicht!“



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

„Die Zielgruppe will kein hochwertiges, qualitativ gutes Design, die wollen etwas, das billig aussieht.“

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau ha

**DAS WERDE ICH GERNE TESTEN UND WIR
SCHAUEN ES UNS AN.**

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry.“

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen.“

„Wenn ich die Seite ausdrucke, dann stimmen die Farben nicht!“



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!

„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

„Die Zielgruppe will kein hochwertiges, qualitativ gutes Design, die wollen etwas, das billig aussieht.“

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

**ICH NEHME DAS MIT AUF, ZEIGE IHNEN
ABER AUCH EINE ALTERNATIVE.**

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen“

„Wenn ich die Seite ausdrucke, dann stimmen die Farben nicht!“



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

„Die Zielgruppe will kein hochwertiges, qualitativ gutes Design, die wollen etwas, das billig aussieht.“

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

„Es soll traditionell aber auch modern sein.“

„Ihre R

„Meine Zielg

„Wenn ich die Seite ausdrücke, dann stimmen die Farben nicht.“

**WAS VESTEHEN SIE UNTER
DIESEN BEGRIFFEN?**



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

„Die Zielgruppe will kein hochwertiges, qualitativ gutes Design, die wollen etwas, das billig aussieht.“

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

„Es soll traditionell aber auch modern sein.“

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry!“

„Meine Zielgru

„Wenn ich die S

**AKONTORECHNUNG
VOR PROJEKTSTART**



Diese Infografik wird bereitgestellt von:

[designenlassen.de](https://www.designenlassen.de)

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

„Die Zielgruppe will kein hochwertiges, qualitativ gutes Design, die wollen etwas, das billig aussieht.“

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

„Es soll traditionell aber auch modern sein.“

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry!“

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen.“

„Wenn ich di

**LASSEN SIE UNS DIESE
EINMAL SCHRIFTLICH DEFINIEREN.**



designenlassen.de

PERSPEKTIV- WECHSEL!!!



„Perfekt! Jetzt noch der Feinschliff.“

„Warten sie, ich hab da noch eine gute Idee!“

„Ich weiß, ich bin nervig ... aaaaaber ...;)“

„Die Zielgruppe will kein hochwertiges, qualitativ gutes Design, die wollen etwas, das billig aussieht.“

„Können wir die drei Entwürfe nicht mischen?“

„Meine Frau hat schon einmal etwas vorbereitet, das gefällt mir schon sehr gut.“

„Es soll traditionell aber auch modern sein.“

„Ihre Rechnung ist im Spamordner gelandet, sorry!“

„Meine Zielgruppe sind Frauen & Männer aller Altersgruppen.“

„Wenn ich die Seite ausdrucke, dann stimmen die Farben nicht!“

AUFKLÄREN

»Das Ziel muss nicht groß sein, es muss klar sein.«

WHY Akademie – Florian Caspers

WHY! AKADEMIE FÜR
IDENTITÄT &
POSITIONIERUNG

*Exklusives
IDUG Angebot*

***15% RABATT AUF ALLE
WHY-Workshops***
why-akademie.de
Aktionscode: IDUG

Angebot gültig bis 30.09.2019 www.why-akademie.de