

Inhalte

Marke	2
Emotionen	2
Moodboard	4
Charakter	5
Tonalität	7
Mission	8
Vision	9
Happy End	10
Elixier: Wie unterscheidest Du Dich?	12
Werte	14
Überzeugungen (Standpunkte)	16
Elevator Pitch	17
Deine Story	18
Slogan	21
No go!	22
Design	23
Tipp	23
Logo	24
Stil	25
Farben	26
Schriften	27
Überschrift 2 Tahoma 24 Punkt	28
Bilder	29
Lieblingskunden	31
Limbic® Type	31
Profil	33
Umsetzung	36
Berührungspunkte	36

Marke

Emotionen

Welche Gefühle sollen Deine Interessenten wahrnehmen, wenn sie das erste Mal Deine Website besuchen, einen Prospekt von Dir lesen oder mit Dir ganz persönlich sprechen?

Tipp: Such Dir bis zu 3 starke Emotionen von der Checkliste auf der nächsten Seite aus.

Emotion 1

Emotion 2

Emotion 3

angeregt	fasziniert	ruhig
aufgeregt	feinsinnig	satt
ausgelassen	frei	schwungvoll
beflügelt	friedlich	selbstsicher
begeistert	fröhlich	selig
behaglich	gelassen	sicher
belebt	gemütlich	still
belustigt	gerührt	stolz
berauscht	glücklich	stressfrei
beruhigt	heiter	tatkräftig
berührt	hellwach	übermütig
beschwingt	herzlich	überrascht
bewegt	hingerissen	verblüfft
bezaubert	hoffnungsvoll	vergnügt
dankbar	inspiriert	verliebt
energiegeladen	interessiert	verspielt
energisch	klar	vertrauensvoll
engagiert	kraftvoll	verwundert
enthusiastisch	lebendig	verzaubert
entschlossen	lebhaft	verzückt
entspannt	leicht	wach
entzückt	liebepoll	warmherzig
erfreut	locker	wissbegierig
erfrischt	lustig	zugewandt
erfüllt	lustvoll	zuversichtlich
ergriffen	motiviert	
erheitert	munter	
erleichtert	mutig	
ermuntert	neugierig	
ermutigt	offen	
erstaunt	optimistisch	
erwartungsvoll	respektvoll	

Moodboard

Füge hier Bilder ein, die emotional gut zu Deiner Marke passen.
Menschen, Gegenstände, Landschaften.

Beispiel Yogalehrerin



Charakter

Wenn Deine Marke ein Mensch wäre: Durch welche Eigenschaften würde er sich besonders auszeichnen? Wie würdest Du seinen Charakter definieren?

Tipp: Nutze die Tabelle auf der nächsten Seite, um maximal 3 - 4 hervorstechende Merkmale zu markieren.

Charaktereigenschaften

brilliant	zugänglich	herausfordernd
klar	athletisch/sportlich	souverän, selbstsicher
mutig	charmant	wagemutig
würdevoll	rücksichtsvoll, aufmerksam	dynamisch
eloquent, redegewandt	engagiert	freimütig
standhaft, stabil, fest	produktiv	wunderlich, seltsam, verrückt,
selbstlos, großherzig	glaubwürdig	hartarbeitend
ehrlich	freundlich	idealistisch
individuell	hilfsbereit	intuitiv
liberal, frei	imposant	durchdacht, ausgereift
objektiv	belesen, klug	organisiert
patriotisch	bescheiden	sympathisch
populär, beliebt	leidenschaftlich	beschützend
realistisch	verspielt	erfinderisch, einfallreich
rustikal, dörfisch	zielbewusst, entschlossen	selbstlos
ernst	reaktionsfähig	kultiviert, gebildet
stark	sensibel	geschmackvoll
zutraulich, vertrauensvoll,	ausgeglichen	wohlerzogen
jung, jugendlich	sorgfältig	großdenkerisch
konkurrenzfähig	weise, klug	getrieben
experimentell	locker, lässig	hypnotisch
modern	geerdet	fortschrittlich
laut	mütterlich	schwach
schwierig, hart, taff,	unverfälscht, rein	humorvoll
bewundernswert	überraschend	aufstrebend
ruhig	aktiv	charismatisch
klever	ausgewogen	gewissenhaft
kreativ	heiter, fröhlich	entscheidend, bestimmt
diszipliniert	tief	gebildet
emphatisch, einfühlsam	elegant	fair
flexibel	lustig	freidenkend
vornehm, behutsam, zart, sanft	heroisch	gesund
ehrenhaft, ehrenvoll	unabhängig	ideenreich
erfinderisch	ein Leiter, Anführer, Führer	nett
logisch	ordentlich	angemessen
offen	geduldig	original, unverfälscht
friedlich	glänzend	überzeugend
praktisch	rational	rechtzeitig
nachdenklich, besinnlich,	romantisch	respektvoll
klug, gescheit	sentimental	spontan
sexy	stoisch	belehrend
freundlich, höflich	tolerant	belesen
einsichtig, verständnisvoll	geistreich, witzig	formell, offiziell
ehrgeizig, ambitioniert	gesellig	nüchtern
komplex	emotional	stark, intensiv
gesellig, umgänglich	locker, lieblich	stolz
mystisch	ruhig	stylish, stilvoll
sarkastisch	schwach	stur, dickköpfig

Tonalität

Wie ist die Sprache, die Du für Deine Blogartikel, aber auch für Deine Seminarunterlagen, Prospekte, Mails etc. verwendest?

- Förmlich (Sie...) oder locker (Du...)
- Sachlich oder lustig
- Einvernehmlich oder provokativ
- Emotional oder spröde
- Blumig, veträumt oder kurz und kantig

Umsetzung

Berührungspunkte

Wie und wo kommen Deine Interessenten und Kunden mit Dir und Deiner Marke in Kontakt? Sorge dafür, dass jeder Berührungspunkt (Touchpoint) Deine Marke ausstrahlt

Vor dem Kauf

Information

- Website
- Print: Flyer, Broschüren
- Podcast
- Newsletter
- Digitale Kostproben (eBooks, Videos, Audios)

Werbung

- Anzeigen Digital
- Anzeigen Print
- Werbebriefe Direktmarketing
- Print: Prospekte
- Digital: Prospekte
- Plakate & Poster

- Autobeschriftung
- Coupons

Asynchrone Kommunikation

- Blog
- Social Media
- Videoplattformen
- E-Mail-Korrespondenz mit Signet
- Briefe (Geschäftspapiere: Briefbogen, Visitenkarten)
- Anrufbeantworter
- Grußkarten
- Schilder

Merchandising & Geschenke

- Utensilien wie Stifte, Block
- Tassen
- Poster & Plakate
- Kleidung wie T-Shirts, Mützen
- Geschenke (Geburtstag, Weihnachten etc.)

Synchrone Kommunikation

- Präsentationen
- Vorträge
- Kleidungsstil
- Webinare
- Interviews
- Kongresse
- Messen
- Telefon
- Briefe (Geschäftspapiere: Briefbogen, Visitenkarten)

Während des Kaufs

- Verkaufswebinare
- Verkaufspräsentationen vor Ort
- Telefonische Beratung
- Schriftliche Angebote
- Website Shop
- Transaktions E-Mails: Auftragsbestätigungen, Rechnungen
- Unterlagen: AGB, Widerrufserklärung

Nach dem Kauf

Direkt nach dem Kauf

- Dankeschön Karten
- Umfragen

Kommunikation

- Anschreiben zu Seminaren bzw. Online-Kursen

Räumlichkeiten

- Seminare (Seminar-Raum)
- Coaching (Praxisraum)

Coaching

- Schriftliches: Zielvereinbarung, Zusammenfassung der Coaching-Sitzungen
- Begleitmaterialien
- Aufzeichnung von Sitzungen

Veranstaltungen vor Ort

- Format: Seminar, Workshop, Open Space etc.
- Inhalte
- Struktur (Präsentationen, Demos, Übungen, Fragerunden etc.)
- Dekoration des Raums
- Einsatz von Musik

- Plipchart, Pinwände, Whiteboard Gestaltung
- Präsentationsfolien
- Didaktische Werkzeuge wie z. B. Spiele
- Unterrichtsmaterialien wie Handbücher, PDF, DVD
- Feedbackbögen
- Nachträgliche Begleitung

Onlinekurse

- Einladung / Anschreiben zu Online-Terminen und Lektionen
- Webinare: Einsatz von Logo
- Audio mit Audio-Logo, Abbinder
- Videos mit Startanimationen, Logo, Lower Third (Anzeige von Text im unteren Drittel, Endcard (Letztes Bild mit Folgeinformationen)
- eBooks
- Umfragen

Medien

- Bücher
- Poster
- Postkarten
- DVD
- Software

Versand

- Verpackungen
- Lieferscheine, Rechnungen, Begleitschreiben

Support

- Helpdesk online inkl. Website, Formulare, Wissensdatenbank, Mails
- Telefon-Support