



BRANDING / MARKENAUFBAU

Ein sehr wichtiger Bestandteil von Deinem Marketing ist das Branding bzw. wie Du Deine „Marke“ aufbaust. Es kann eine Unternehmensmarke oder Deine persönliche Marke sein. Wichtig ist, zu verstehen, dass ALLES, was wir als Unternehmerinnen tun, posten, sagen, schreiben oder verschicken etwas kommuniziert und einen Einfluss auf unsere „Marke“ hat.

WAS IST BRANDING?

Branding hilft Deinen Kunden, Dich und Deine Firma auf eine einzigartige Art und Weise, die Du gewählt hast, wahrzunehmen. Eine Marke kommuniziert die Werte, auf die sich die Kunden verlassen können. Dadurch wissen die Kunden, dass ihre Bedürfnisse berücksichtigt werden. Sie fühlen sich inspiriert, mehr über Dich und Deine Dienstleistungen zu erfahren.

Deine Marke soll einzigartig, spezifisch und schön gestaltet sein, um Deine idealen Kunden anzuziehen. So wird klar kommuniziert, wofür Du in der Welt stehst und dadurch kommunizierst Du Deinen eigenen, einzigartigen Wert.

Eine Marke ist die gesamte Erfahrung, die die Menschen bekommen, die mit Dir oder mit jedem in Deinem Team zusammenarbeiten.

Es ist die Erfahrung, die andere Menschen machen, wenn sie Dich persönlich treffen oder Deine Facebook- oder Website besuchen. Kurz gesagt - es ist die Erfahrung, die jemand, mit allem was dich repräsentiert, hat.



Branding ist der Prozess, bei dem Du die Wahrnehmung anderer beeinflusst. Wenn Du Deine Marke nicht prägst, werden sie nämlich andere Leute für Dich gestalten. Das tun sie, basierend auf dem, was sie sehen, erleben und fühlen. Es ist egal, ob es wahr ist; es ist egal, ob es das ist, was Du für fair hältst. Was eine Person einmal denkt oder fühlt, ist die Wahrheit für diese Person. Es ist also wichtig, sich Gedanken über die eigene Marke zu machen und darüber wie man auf dem Markt wahrgenommen wird.

Jeder neue oder bestehende Dienstleister kann sich von anderen Anbietern der gleichen Nische unterscheiden, indem er mit dem Branding arbeitet.

Viele Selbständige machen sich Sorgen darüber, wie sie sich vom Markt „abheben“ können. Sie befürchten, dass es bereits zu viele Anbieter in ihrem Bereich gibt. Branding ist das Werkzeug, das es Dir erlaubt Dich abzuheben, Dich zu differenzieren und durch Deine eigene bestimmte Art und Weise bekannt zu werden.

Du bist etwas Besonderes und deine Marke ist Deine Botschaft und das „Geschenke“, das Du mit der Welt teilen willst! Es ist die Essenz dessen, wer DU bist.

Wenn Du eine persönliche Marke vermarkten willst, bist du selbst die Marke! Stehe stark und stolz zu Deiner Einzigartigkeit! Branding ist aufregend, belebend und selbstentwickelnd. Es wird Deine Grenzen erweitern und herausfordern, es wird Dir aber auch helfen, Dich selbstbewusst zu zeigen, wer Du bist und was Du anbietest.

DEINE MARKE SOLL:

- Deine Botschaft rüberbringen
- Deine Autorität stärken
- Verbundenheit mit Deiner Zielgruppe auf einer emotionalen Ebene erzeugen
- Deine Zielgruppe inspirieren und begeistern
- Kundenloyalität aufbauen



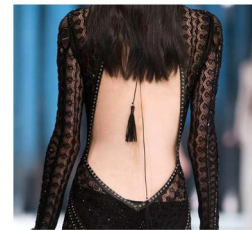
Hier sind Beispiele für verschiedene Marken mit verschiedenen Botschaften, die sich aber alle innerhalb der gleichen Branche befinden. Was bedeuten sie für Dich? Welche Gefühle erwecken sie?

MODEMARKEN

GUCCI



Klassisch, luxuriös



Extravagant, ausgefallen



Bohème, verdreht

Das Ziel von Branding ist:

- Deinen idealen Kunden anzuziehen
- Klarheit schaffen, wofür Du in der Welt stehst
- Deine eigenen, einzigartigen Werte vermitteln



Beantworte folgende Fragen in Bezug auf Dein eigenes Branding / Deinen Markenaufbau:

Warum will mein idealer Kunde mit mir arbeiten?

Was ist meine einzigartige Botschaft, die meinen Kunden anspricht?

Für welche Werte stehe ich, die ich auch in meiner Marke kommunizieren möchte?



EINE MARKE DEFINIEREN

Das Versprechen der Marke

Was Dein idealer Kunde bekommt, wenn er mit Dir Geschäfte macht und die Gefühle, die Dein idealer Kunde fühlen wird, wenn er mit Dir und Deiner Firma in Berührung kommt.

Die Wahrnehmung der Marke

Wie Kunden und Verbraucher Deine Marke wahrnehmen.

Die Persönlichkeit der Marke

Stelle Dir Deine Marke wie eine Person vor - wie wäre diese „Person“?

Die Bestandteile der Marke

„Handfeste“ Elemente, die das Versprechen Deiner Marke erfüllen und die Marken-Erwartungen und Persönlichkeit darstellen, wie Logo, Botschaft und Gestaltung.



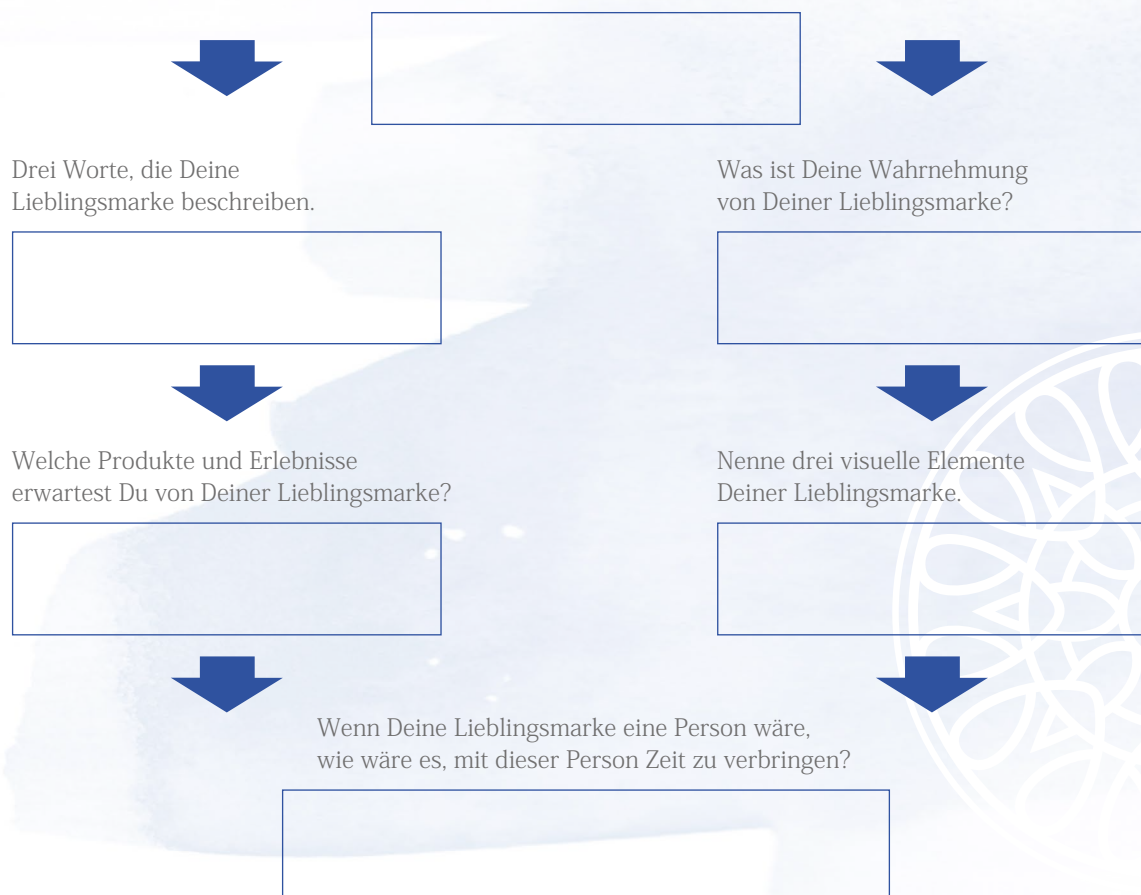
Wie definierst Du Deine Lieblingsmarke?

Um die Idee des Brandings weiter zu verinnerlichen und zu verankern und um herauszufinden, was es bedeutet, eine Marke zu haben, solltest Du die fünf Elemente des Branding für Dich entdecken und wie sie sich auf Deine Lieblingsmarken beziehen.

Wähle Deine Lieblingsmarke aus und analysiere die fünf Elemente dieser Marke. Während Du die Übung durchführst, notiere, welche Aspekte Deiner Lieblingsmarke Deiner eigenen Marke, die Du gerade entwickelst, ähneln.

Viele der Eigenschaften, die Du in anderen siehst, einschließlich anderer Marken, existieren bereits in Dir oder sie reflektieren Dein eigenes wahres Selbst.

Welche ist Deine Lieblingsmarke?





Was hast Du durch die Analyse Deiner Lieblingsmarke über die Bedeutung und den Sinn von Branding gelernt?

Kannst Du jetzt spüren, wie Deine eigene Marke sich anfühlt, was sie ausstrahlt und wie Du möchtest, dass sie wahrgenommen wird?

Unabhängig, wie Du mit Deinen Lieblingsmarken kommunizierst, ob Du eine E-Mail von ihnen bekommst, einen Facebook-Post liest, durch die Instagram-Bilder scrollst, durch ihre Geschäfte läufst oder ihre Homepage besuchst – jede Interaktion erzeugt ein bestimmtes Gefühl, eine bestimmte Emotion, einen bestimmten Gedanken.

Das ist es, was Branding ausmacht und deshalb musst auch Du daran denken, wie Du Deine eigene Marke definierst. Gestalte Deinen eigenen Weg.

*Dein Wunschkunde nimmt Dich,
Deine Firma und Deine Marke überall wahr.*



DEINE EIGENE MARKE UND IHRE KERNWERTE DEFINIEREN

Sobald einem Verbraucher Deine Marke bewusst wird und er von Dir oder Deinem Unternehmen erfährt, ist Deine nächste Priorität, eine positive Einstellung gegenüber Deiner Marke zu erzeugen. Diese Einstellung soll wiederum zu einem Ergebnis führen; zu einem bestimmten Verhalten.

Das „Zielverhalten“ ist, dass sich die Leute entweder anmelden, um auf Deiner Liste und / oder in Deiner Community zu sein. Das kannst Du erreichen, indem sie etwas Wertvolles von Dir erhalten (Freebies, kostenlose Produkte etc).

Beim idealen Kunden ist das letztendliche Ziel natürlich, dass er etwas von Dir kauft oder Dich beauftragt!

Die Arbeit, die Du mit Deinen Kunden leistest, wird Deine Marke in den Gedanken und Gefühlen Deines idealen Kunden stärken. Das führt zu wiederkehrenden Kunden und Mundpropaganda führt zu neuen, potentiellen Kunden.

In der Regel ist das Logo eines Unternehmens die bekannteste Darstellung einer Marke. Allerdings präsentieren Marken sich auch auf andere, weniger greifbare Art & Weise, wie z.B. mithilfe von Farben, Formen, Worten, Geräuschen und Gerüchen. Denn eine Marke ist im Kern immateriell. Eine Marke dreht sich um abstrakte Attribute und Werte, die sich in konkreten, greifbaren Formen präsentieren.

Sehe Dir die folgenden bekannten Beispiele an. Wenn Du an diese Marken oder an die Produkte dieser Marken denkst, lösen sie bestimmte Wörter, Sätze, Ausdrücke und Gefühle in Dir aus. Welche?

Definition immateriell:

Die Eigenschaft immateriell (lateinisch immaterialis ‚unstofflich‘, ‚unkörperlich‘, ‚geistig‘) wird je nach Fachgebiet mit unterschiedlichen Bedeutungen belegt.



TIFFANY & Co.
NEW YORK SINCE 1837



Tiffany & Co.

Hier geht es um Eleganz, Schönheit und Liebe. Ihre teuren und luxuriösen Produkte werden vermarktet, um exklusive Liebesgeschenke darzustellen.

sattgrün
vegane restaurants + cafes



Sattgrün Restaurant & Café

Hier geht es um Frische, Gesundheit und Natürlichkeit in einer gemütlichen, aber modernen Atmosphäre.



Volvo

War früher das Familienauto, mit einem Fokus auf Sicherheit und Zuverlässigkeit. Heute steht das Unternehmen mehr für aktive, moderne Menschen, mit einem größeren Fokus auf Design.



DIE KERNATTRIBUTE DEINER MARKE

Je mehr Du Dich mit der Gestaltung Deiner Marke auseinandersetzt, desto mehr wirst Du entdecken, wie die Marke durch Deine gesamte Kommunikation fließen muss. Es wird aber auch einfacher werden, die Marke zu kommunizieren und beispielsweise Texte zu schreiben (E-Mails, Website, Landing-Pages, etc.), sobald Du „Deine Sprache“ entdeckt hast. Alles stimmt nämlich mit Deinen eigenen Werten überein, weil Du sie klar definiert hast.

Wenn Du noch kein Team hast, frage Familie und Freunde, die viel über Dich wissen, ob Deine Marke mit Dir als Person übereinstimmt.

ERFOLGSÜBUNG

Nehme mehrere Notizzettel (Post-Its) und setze Dich für 10 Minuten hin. Folge Deiner Intuition und spüre einfach alles, was mit Dir, Deiner Vision und Deinem Business zu tun hat. Denke nicht zu viel nach, schreibe einfach auf, was Dir spontan einfällt.

Fange mit Adjektiven, Bezeichnungen, Worten oder Ausdrücken an, die Du nutzen würdest, um Deine Marke zu beschreiben. Schreibe ein Wort pro Post-It und klebe Sie an die Wand oder die Rückseite Deiner Tür, damit Du sie gut sehen kannst:

Welche fünf Werte beschreiben Dich am besten und sollen von Deiner Marke kommuniziert werden?



Welches Versprechen gibt Deine Marke?

Was bekommt der ideale Kunde, wenn er mit Dir interagiert? Welche Gefühle entstehen in der Zusammenarbeit mit Deinem Business?

Wie ist die Markenwahrnehmung?

Wie werden Kunden und Verbraucher Deine Marke wahrnehmen?

Was sind die Markenerwartungen?

Was werden die Kunden und Verbraucher in allen Bereichen von Dir und Deinem Business erwarten?



ES GIBT ZWEI BEREICHE, IN DENEN DU DICH ALS MARKE POSITIONIEREN KANNST:

1. Glaubwürdigkeit

Zum Nachdenken:

In welchem Bereich bin ich sehr stark und kann Vertrauen auf dem Markt gewinnen?

Dies kann sein: Deine Lebens- und Arbeitserfahrung, Zertifikate, Ausbildungen, besonders hochkarätige Klienten, bewegende Testimonials, Auszeichnungen, persönliche Leistungen oder Fertigkeiten, die Deine Idealkunden ansprechen.

2. Differenzierung

Zum Nachdenken:

Was macht mich einzigartig in meiner Branche? Können meine Mitbewerber das Gleiche von sich behaupten?

Wie wird sich Deine Marke von den Mitbewerbern abheben? Wie kannst Du sie designen und gestalten damit sie unverwechselbar wird und so Deinen idealen Kunden erreicht?

Was kann ich noch tun, um mich und meine Einzigartigkeit zu kommunizieren?

Tipps für Branding:

Ich lege immer großen Wert auf ein schönes Design und schöne Farben und Formen für mein Business. Visuelle Elemente, die meine idealen Klientinnen ansprechen und die sich überall wiederholen. Ein wichtiger Aspekt sind professionelle Fotos und Unterlagen - darin zu investieren ist ein wichtiger Teil meines Brandings.

Viel Erfolg beim Aufbau Deiner Marke!