



Hast du das Zeug zur Marke?

Checke in 5 Minuten, wo du stehst und was dir noch fehlt.





Hast du das Zeug zur Marke?

Unternehmen gibt es wie Sand am Meer, aber nicht jedes ist automatisch eine Marke, nur weil es sein Logo beim Patentamt hat schützen lassen.

Eine Marke entsteht vor allem im Kopf der Zielgruppe. Mit einer Marke verbinden sie ein emotionales „Upgrade“, so dass sie sich einfach besser damit fühlen. Ich vergleiche diesen Prozess immer mit dem Verlieben. Gleich wirst du verstehen, warum.

Mit diesen Fragen kannst du schnell abchecken, ob du auf dem Weg zur Marke bist und woran du noch arbeiten musst.

The way you look: **Corporate Design**

Die äußere Erscheinung deines Unternehmens ist das, was als erstes ins Auge fällt: Schon hier entscheidet sich, ob es als attraktiv wahrgenommen wird oder in der Masse untergeht. Ähnlich wie beim Verlieben, entscheidet meist das Äußere, ob es weitergehen wird.

Kannst du diese Fragen mit JA beantworten?

Dein Logo funktioniert **IMMER** und auf **ALLEN** Medien technisch tadellos und hat **ÜBERALL** denselben Wiedererkennungswert

Auf Messen/Networking Veranstaltungen etc. erkennt man dein Unternehmen allein aufgrund deines Logos

Du ziehst dein **Corporate Design** (Logo, Schriften und Farben) ganz konsequent durch, in jeglicher Form, wie du dein Unternehmen nach außen und innen zeigt

Dazu gehört:

- Dokumente, Geschäftspapiere, Vorlagen...
- Gebäude, Büro, Stores (Schilder, Fahnen, Wandfarbe...)
- Kleidung/Uniform der Mitarbeiter, falls vorgesehen
- Firmenfahrzeuge
- Webseite, Social Media, Außenwerbung, Printwerbung etc.

Du hast idealerweise einen **Style Guide**, wo die Anwendung aller Elemente deines Corporate Designs klar definiert ist.

Daraus folgt:

- Du experimentierst nicht ständig mit Schriften herum, sondern hältst dich an deine Hausschrift/en
- Du hältst dich an deine Hausfarben
- Du bist konsequent in deiner Bildsprache

Du hilfst so, den Wiedererkennungswert deiner Marke immens zu stärken!



The way you talk: **Corporate Communication**

Wer umwerfend aussieht und dann auch noch ein toller Gesprächspartner ist, hat die besten Karten für eine Langzeitbeziehung.

Kunden lieben es, in ihrer Sprache angesprochen zu werden und das Gefühl zu haben, man verstehe sie blind.

Kannst du diese Fragen mit JA beantworten?

- Du kennst die Art, wie deine Zielgruppe kommuniziert und hast sie verinnerlicht
- Die Tonalität auf deiner Website, deinen Social Media Kanälen, in Emails und am Telefon (auch Anrufbeantworter!) ist klar definiert und komplett auf die Zielgruppe ausgerichtet
- Deine Bildsprache in Medien ist auf dein Corporate Design und die Zielgruppe abgestimmt und du prüfst regelmäßig, ob es so ankommt, wie du es beabsichtigst
- Du stehst in ständigem Austausch mit deinen Kunden, kennst sie in- und auswendig, ihre Ziele, Interessen, Ängste, Nöte, Sorgen und feierst mit ihnen Erfolge
- Du holst dir regelmäßig Feedback von Kunden und arbeitest ständig an der Optimierung deiner Angebote

Bitte sei in diesem Punkt sehr achtsam und höre nie auf, zu forschen. Ich persönlich halte die **Kommunikation** für die wichtigste Säule der Markenidentität.

Hast du mal erlebt, was Ehepaare, die Jahrzehnte lang verheiratet sind, nach all den Jahren noch zusammenschweißt und inspiriert? Genau: **Gute Gespräche**.

Genau so hast du sicher schon erlebt, dass jemand, der äußerlich eher unattraktiv erscheint, einen sehr attraktiven Partner hat und die beiden total glücklich sind.

In diesen Fällen kann man sicher nicht von der Liebe auf den 1. Blick sprechen. Hier kam im 2. Schritt die Kommunikation (und auch das Verhalten, was wir noch besprechen) dazu und man hat sich quasi in den Menschen verliebt, weil man sich total verstanden fühlt oder einfach die humorvolle Weise unwiderstehlich findet.

Kommunikation ist das absolute Schlüsselement.

Wenn du von diesem Freebie nichts mitnehmen möchtest, so solltest du aber diesen Satz für immer im Hinterkopf behalten.

Weiter geht's mit:



The way you walk: **Corporate Behaviour**

Dein Firmenverhalten ist 100% konform mit deinen Werten und deiner großen Vision für dein Unternehmen. Man kann also sagen: **You walk your talk.**

Kannst du diese Fragen mit JA beantworten?

- Du hast mind. 75% Stammkunden (Anm.: kann je nach Branche sehr variieren)
- Neue Kunden, die einmal mit dir gearbeitet haben, suchen danach nicht weiter und bleiben dir treu
- Du bist bekannt für deine Authentizität.
(Kunden lassen sich heutzutage nicht mehr leicht täuschen: Wer z.B. Nachhaltigkeit predigt und selbst Plastiktüten in seinen Shops verwendet, verliert sofort an Glaubwürdigkeit.)
- Schwierige Kunden, Reklamationen etc. kommen eher selten bei dir vor
- Dein Verhältnis zu Mitarbeitern und Partnern/Zulieferern ist fast freundschaftlich
- Deine Unternehmenswerte spiegeln deine Persönlichkeit komplett wider, es ist quasi in deiner DNA
- Dein Unternehmen erfüllt auch eine höhere, gesellschaftlich relevante Aufgabe

Fazit:

Kunden lieben Marken, denn sie verleihen ihnen gute Gefühle wie z.B.:

- Sicherheit
- Vertrautheit
- Wertschätzung
- sich verstanden fühlen
- sich zugehörig fühlen
- Qualität
- Exklusivität
- Persönlichkeit
- Ressourcen sparen (Zeit, Geld, Nerven...)



Vereinfacht kannst du dir merken:

Marke werden und sich verlieben haben sehr viel gemeinsam.

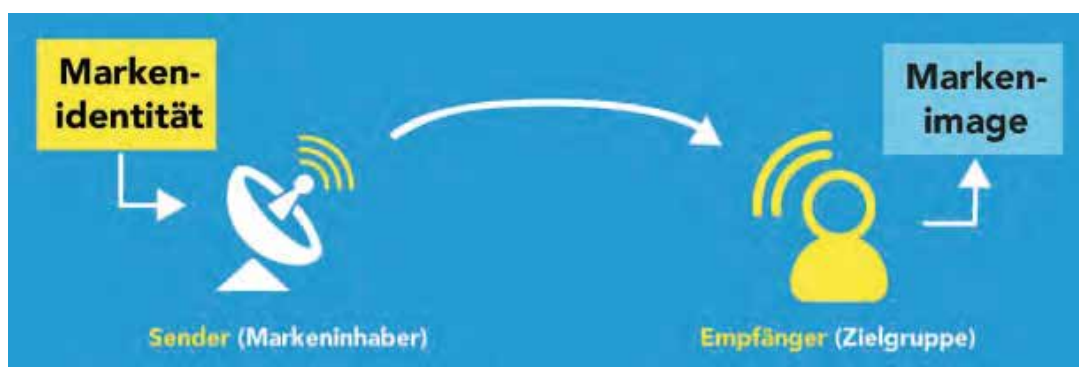
Das glaubst du nicht?

Ich erkläre meinen Kunden das „Marke werden“ immer anhand eines LOVESONGS, solch einen Text hast du sicher schon einmal im Radio gehört:

| | | |
|--------------------|------|---------------------------|
| I love the way you | look | (Corporate Design) |
| | talk | (Corporate Communication) |
| | walk | (Corporate Behaviour) |

Diese **3 Säulen der Markenidentität** liegen zu **100%** in deinen Händen und du solltest sie beherrschen, damit das, was du als Unternehmen aussendest, auch von deiner Zielgruppe so verstanden und angenommen wird.

Denn eines ist klar: Es ist deine Zielgruppe, die dein **Markenimage** formt und das liegt leider außerhalb deines „Machtbereichs“. Schaue also, dass das, was du aussendest, auch genau so beim Kunden ankommt:



Wenn du deine Marke stetig und intensiv aufbauen und optimieren willst, empfehle ich dir mein Jahresmonitoring Programm **MARKENKALENDER** für nur **197,- €** netto.

Alle Infos dazu findest du [hier](#).

Nun wünsche ich dir viel Erfolg beim Aufbau deiner Marke. Bei Fragen kontaktiere mich gerne: a.yildiz@sternundberg.de

Herzlichst

Deine *Andrea*



P.S. Regelmäßige Tipps zur Markenbildung erhältst du auch über meine Kanäle auf [LinkedIn](#) und [Instagram](#).