

# POSITIONIERUNG & BRIEFING: LOGODESIGN

# POSITIONIERUNG

## **1/ WER BIST DU UND WAS BIETEST DU AN?**

Notiere wer du bist und was dein Unternehmen leistet. Wie heißt deine Marke und wie sieht dein Angebot aus? Berücksichtige auch, was dich antreibt, warum du tust, was du tust und welche Werte und Emotionen dich und dein Unternehmen ausmachen.

## 2/ WEN MÖCHTEST DU ERREICHEN?

Für wen ist dein Angebot relevant? Welche Kunden wünschst du dir? Wie lauten die demografischen Merkmale deiner Wunschkunden: Alter, Geschlecht, Familienstand, Wohnort und besonders wichtig welche psychografischen Besonderheiten bringen sie mit: Motivation, Meinung, Wünsche, Werte, Lebensstil. Tipps zur Zielgruppen-Definition findest du hier:

[Wie du deine Zielgruppe definierst und findest](#)

### 3/ MIT WELCHEN PROBLEMEN HABEN DEINE WUNSCHKUNDEN ZU KÄMPFEN?

Was bewegt deine Wunschkunden deine Leistung zu buchen oder dein Produkt zu kaufen?  
Welche Probleme wollen sie damit lösen? Stellen dir deine Wunschkunden darüberhinaus noch  
weitere Fragen, die Probleme beschreiben?

#### 4/ WELCHE LÖSUNGEN BIETEST DU BZW. DEIN PRODUKT?

Welche Antworten hast du auf die Probleme deiner Wunschkunden? Wie löst du die einzelnen Probleme?

## 5/ WELCHE ERGEBNISSE ENTSTEHEN FÜR DEINE KUNDEN?

Beschreibe hier nicht dein Angebot, beschreibe mit welchen Ergebnissen deine Wunschkunden rechnen können, nachdem sie dein Angebot wahr genommen haben. Was ergibt sich aus deiner Leistung? Ein Beispiel: Die Kunden eines Karriere-Coaches finden Ihren Traumjob, können ihre Fähigkeiten im neuen Job voll einbringen und werden entsprechend gefördert. Sie stehen jeden Morgen motiviert auf und ihr Wohlbefinden und ihre gute Laune überträgt sich auch auf den privaten Lebensbereich.

## 6/ WELCHE ZIELE VERFOLGST DU?

Was möchtest du mit deinem Business erreichen? Marketing-Ziele helfen dir passende Maßnahmen zu entwickeln, sie umzusetzen und schließlich das Ergebnis zu messen. Du bist gut beraten, wenn du deine Ziele SMART formulierst. Mehr dazu:

[Wie du deine Marketing-Ziele definierst](#)



## 7/ WER SIND DEINE WETTBEWERBER?

Hast du deine Wettbewerber recherchiert, gibt es Vorbilder oder negative Gegenbeispiele? Trage hier gerne auch eine URL ein, damit ich mir deine Wettbewerber anschauen kann.

## 8/ WAS UNTERSCHIEDET DICH VON DEN WETTBEWERBERN?

Inwiefern unterscheidest du dich von deinen Wettbewerbern? Bringst du als Unternehmer/in den entscheidenden Unterschied, liegt er in deiner Leistung oder im Produkt? Was macht dich, dein Unternehmen und dein Angebot besonders?

# BRIEFING

## 1/ DEIN MARKENDESIGN

Hast du schon eine Vorstellung bezüglich deines Markenauftritts? Magst du es eher reduziert und minimalistisch oder pompös und laut oder hochwertig und elegant? Welche Farben würdest du favorisieren? Welche Schriften und welcher Stil gefallen dir?

## 2/ WELCHE EINZELNEN LEISTUNGEN SOLLEN IM PAKET ANGEBOTEN WERDEN?

Benötigst du neben dem Logodesign und der Farb- und Schriftdefinition weitere Gestaltungen, wie z. B. Visitenkarten oder Arbeitsblätter? Wirf hier einen Blick in die Checkliste: Was gehört zu einem Corporate Design?

### 3/ BENÖTIGST DU WEITERE UNTERSTÜTZUNG?

Du hast noch keinen Namen oder bist auf der Suche nach einem Claim? Du wünschst dir Gestaltungsvorlagen in Canva, die ein/e virtuelle/r Assistent/in im Anschluss regelmäßig bespielen kann? Auf Wunsch kann ich dir entsprechende Netzwerkpartner empfehlen.

Du benötigst Hilfe bei der Beantwortung? Dann schick einfach eine E-Mail mit allen Kontaktdaten, ich helfe gerne und melde mich schnellst möglich bei dir: [sw@goldmarie-grafikdesign.de](mailto:sw@goldmarie-grafikdesign.de)