

DAS BRANDING WORKBOOK

7 FRAGEN
FÜR EINE KLARERE MARKE

Ein Arbeitsbuch für **Positionierung**, **Zielgruppe** und einen
Markenauftritt, der im Gedächtnis bleibt.

EINZ

START

Bevor wir gestalten, schaffen wir Klarheit.

Dieses Workbook führt Sie durch sieben Fragen, die das Fundament Ihrer Marke sichtbar machen.

Nehmen Sie sich Zeit, schreiben Sie spontan und konkret.

So nutzen Sie das Workbook

Nicht die perfekte Formulierung zählt, sondern ein ehrlicher Ausgangspunkt. Markieren Sie Begriffe, die sich wiederholen – dort steckt oft der Kern Ihrer Marke.



20–30 Minuten ungestörte Zeit



Kurze, konkrete Antworten



Am Ende drei Kernaussagen verdichten

Wer sind Ihre wichtigsten Menschen?

Eine starke Marke spricht nicht alle an. Beschreiben Sie die Menschen, für die Ihr Angebot den größten Unterschied macht.

Wer profitiert am stärksten von Ihrem Angebot?

Was beschäftigt diese Menschen gerade?

Was wünschen sie sich stattdessen?

Welches Problem lösen Sie wirklich?

Gehen Sie eine Ebene tiefer als Ihr Produkt oder Ihre Leistung.

Welches konkrete Problem verschwindet - oder wird kleiner - durch Ihre Arbeit?

Was ist die sichtbare Herausforderung?

Was steckt emotional oder wirtschaftlich dahinter?

Was kostet es, nichts zu verändern?

Was verändert sich für Ihre Kunden?

Formulieren Sie den Zustand nach der Zusammenarbeit. Gute Markenversprechen machen eine Veränderung verständlich, ohne zu übertreiben.

Was ist danach einfacher, besser oder klarer?

Welches Ergebnis können Kunden erwarten?

Wie würden Kunden den Nutzen selbst beschreiben?

Warum gerade Ihre Marke?

Differenzierung entsteht selten durch einen einzelnen Claim. Sie entsteht aus Haltung, Fokus, Arbeitsweise und einem klaren Blick auf den Markt.

Was machen Sie bewusst anders?

Wofür möchten Sie bekannt sein?

Was würden Sie niemals versprechen oder tun?

Wie soll Ihre Marke sich anfühlen?

Stellen Sie sich Ihre Marke als Person im Raum vor. Die richtigen Eigenschaften helfen später bei Sprache, Design und Bildwelt.

Welche drei Eigenschaften passen perfekt?

Welche drei Eigenschaften passen ausdrücklich nicht?

Wie soll sich ein Kunde nach einem Kontakt fühlen?

Wie spricht Ihre Marke?

Markensprache macht Haltung hörbar. Entscheiden Sie, wie direkt, fachlich, warm, reduziert oder mutig Ihre Kommunikation sein soll.

Welche Wörter passen zu Ihnen?

Welche Floskeln möchten Sie vermeiden?

Wie klingt ein typischer Satz Ihrer Marke?

Was bleibt im Gedächtnis?

Verdichten Sie Ihre Antworten. Eine klare Marke lässt sich nicht auf einen Satz reduzieren – aber ein guter Satz kann ihre Richtung sichtbar machen.

Wir helfen ...

Damit ...

Anders als ...

ABSCHLUSS

Ihre Marke auf einer Seite.

Übertragen Sie jetzt die stärksten Aussagen aus den sieben Kapiteln.
Das ist kein fertiges Briefing – aber ein sehr guter Startpunkt dafür.

Unsere wichtigsten Kunden sind ...

Damit ...

Anders als ...

Anders als ...

Anders als ...

Anders als ...

Anders als ...

DESIGN, DAS DEN UNTERSCHIED MACHT

Klarheit ist der Anfang einer starken Marke.

7 Fragen. Ihre Antworten.
Eine klare Richtung für Ihre Marke.

EINZ

Branding Agentur aus Wien



Mehr Klarheit?
Lernen Sie uns kennen.

www.einz.at