+49 5 71 6 48 37 18

Wussten Sie schon _ dass „Aramäisch" mit 3000 Jahren als die älteste noch heute gesprochene Sprache gilt? Die aramäischen Sprachen bilden eine genetische Untereinheit der semitischen Sprachen, die einen Zweig des Afroasiatischen darstellen. Es gibt etwa 7000 unterschiedliche Sprachen auf der Welt und unzählige Dialekte. (Quelle: Wikipedia)

19a(h)!Tipp 1 _ Sehr erfreut!

„Hey Alter, was geht ab?" oder doch lieber „Guten Tag, wie geht es Ihnen? _ Wen möchten Sie ansprechen? Bob Marley oder Mozart-Begeisterte? Beuys oder Quantenrechner? Fleißige Bienen oder ihre Königin? Ein vordenkender Akademiker möchte anders angesprochen werden als ein Handwerker mit Tatendrang. Es ist wichtig, empathisch in die Welt der gewünschten Zielgruppe einzutauchen, einander zu verstehen und die Bedürfnisse kennen zu lernen.

_ Festlegen der Zielgruppe
_ Die richtige Ansprache
_ Sprachstil . Schreibstil
_ Bildsprache

01 | 19

Wussten Sie schon _ dass die Welt dieser kleinen gruseligen Krabbeltiere – der „Creepy Crawlers" – der Krüger Nationalpark in Südafrika ist? Dort habe ich diese ca. 15 cm große Grille entdeckt. Die „Gryllidae" gehören zur Familie der Insekten und zur Ordnung der Langfühlerschrecken „Ensifera". (Quelle: kapstadt.de)

Foto: atelier19a

19a(h)!Tipp 2 _ Ihr wertvollstes Potential

Bezeichnen Sie sich als Spezialist*in in Ihrem Fachgebiet oder sind Sie die „eierlegende Wollmilchsau"? _ Wer sind Sie? Was können Sie? Was macht Sie aus? Was mag diese Grille über sich denken? „Der stachelige Panzer ist mein Schutzschild. Mit spitzem Säbel gewinne ich so manchen Kampf. Meine zum Springen angepassten Hinterbeine können mir blitzschnell zur Flucht verhelfen. Dafür habe ich sensible Antennen. Dank meiner Größe kann ich mich erhaben gegen eine ganze Ameisenkolonie behaupten. Farbenfroh krabbel ich mit positiver Ausstrahlung durch die Welt". Sie können wirklich viel, Frau Grille. Was ist Ihre größte Stärke? Kampfgeist, Schnelligkeit, Auffälligkeit, Vielseitigkeit? Schauen Sie sich Ihre Mitstreiter ganz genau an. Womit stechen Sie aus der Masse heraus? Ihr Alleinstellungsmerkmal ist Ihr wertvollstes Potential!

_ Selbstreflexion Ihrer Persönlichkeit, Ihres Images
_ Herausfinden Ihres Alleinstellungsmerkmals

02 | 19

19a(h)!Tipp 3 _ Gutes (Ge)Wissen

Was ist eigentlich USP? _ USP heißt „Unique selling Proposition“ und ist das Alleinstellungsmerkmal, Ihr „Special Feature“, das nur Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt aufweist. Werben Sie mit Ihrer Exklusivität: was haben Sie, das andere nicht haben? Sind Sie schneller als Ihre Konkurrenz? Sie können etwas, das andere erfolglos nachahmen? Steht Ihr „grünes (Ge)Wissen“ für die Umwelt an Ihrer Spitze? Oder haben Sie ein einzigartiges Rezept kreiert, das jeder Wettbewerber versucht zu kopieren, aber Ihre Rezeptur so außergewöhnlich ist, dass niemand auch nur ansatzweise die Zutatenliste erahnt? Dann haben Sie Ihr Special Feature gefunden! – Ihren USP. –

_ Selbstbehauptung
_ Wettbewerbsfähigkeit
_ Identität

03 | 19

19a(h)!Tipp 4 _ Mit allem Respekt

Wie möchten Sie behandelt werden? _ Sicherlich mit Wertschätzung, Respekt und Anstand, also öffnen Sie Ihrer Zielgruppe genau so die Tür. Transparenz und Offenheit macht Sie glaubwürdig. Sie sind von Ihren Werten und Ihrem USP überzeugt, oder besser noch: Sie sind davon begeistert? Dann wird es Zeit, dass Sie Ihrer Unternehmensphilosophie ein Gesicht geben. Denn nicht nur die Corporate Identity (CI) ist wichtig, sondern auch ein stimmiges, dazu passendes Corporate Design (CD), das speziell auf Ihre Firmenidentität zugeschnitten ist. Je ausführlicher Ihr Briefing ist, desto konkreter können Sie Ihren USP herausarbeiten und in seiner äußeren Form präsentieren.

_ Ihre Werte
_ Unternehmensphilosophie
_ Corporate Identity & Corporate Design

04 | 19

changes = chances

#einfach anders herum

19a(h)!Tipp 5 _ Einfach anders

Riskieren Sie einen zweiten Blick! _ Manchmal ist es erfolgreicher, gewohnte Sichtweisen zu hinterfragen, anderen Wegweisern zu folgen, oder als „Vorreiter“ eigene Spuren zu hinterlassen. Gewohntes aus einem anderen Blickwinkel betrachtet, kann Ihnen vorteilhafte Zielrichtungen vor Augen führen. Sind Sie bereit, Ihre „Komfortzone“ zu verlassen, um neue Wege zu gehen? Veränderungen sind nicht immer einfach - zugegeben, mutig jedoch lassen sich neue Horizonte erreichen. Denken Sie anders als Ihre Mitstreiter, denn gerade von Ihren Wettbewerbern wollen Sie sich positiv abheben.

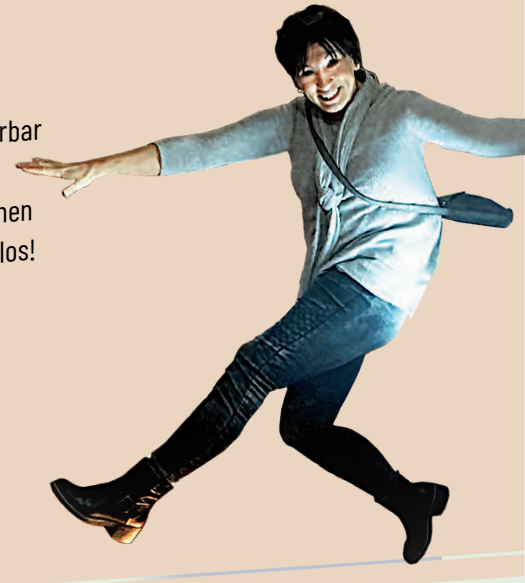
_ Recherchieren
_ 2x hinsehen und andere Sichtweisen erkennen
_ Neue Erkenntnisse und Betrachtungsweisen zulassen
_ Veränderung als Chance sehen
_ Anders, individuell denken
_ Klare Zielrichtung neu definieren: „Wo will ich hin?“
_ Gewohntes zurück lassen
_ Mit neuen Wegen aus der Masse hervorstechen

05 | 19

06 | 19

19a(h)!Tipp 6 _ Volle Kraft voraus!

Mit klarem Ziel vor Augen kann die Schnitzeljagd beginnen. _ Mental gut vorbereitet können Sie unbeirrbar lossprinten und über Stolpersteine, die Ihnen gelegentlich im Weg liegen, locker-leicht hinweg springen. Denn: Ihre Konsequenz im Denken und Handeln bildet ein stabiles Fundament. Sie wissen, was Sie erreichen wollen. Zielgerade ausrichten, Prioritäten setzen, das Ziel klar vor Augen behalten: Auf die Plätze, fertig, los!



_ Zielsetzung
_ Briefing, Analyse
_ Klares Ziel nicht aus den Augen verlieren
_ Bestandsbericht
_ Geschäftsbericht

07 | 19

19a(h)!Tipp 7 _ Stellen Sie sich ’mal vor

Was denn? Wie denn? Wo denn? _ Ihre Corporate Identity steht fest, die Werbestrategie kann beginnen. Wann-wie-wo machen welche Werbemittel und Werbemaßnahmen für Ihr Unternehmen Sinn? Kommunikation ist das A&O. Mit einem ausführlichen Briefing können wir gemeinsam Aktionspläne erarbeiten, Strategien entwickeln, Timelines bestimmen, das Corporate Design und Ideen kreieren und das Budget festlegen.

_ Beratung
_ Kommunikation
_ Strategie
_ Aktionsplan

08 | 19

19a(h)!Tipp 8 _ Der erste Eindruck

Für Ihren ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. „Logo!“ Das wussten Sie schon. _ Präsentieren Sie Ihr Unternehmen ansprechend, prägnant und unverwechselbar. Mit einem einprägsam wirkungsvollen Erscheinungsbild, das zu Ihnen und Ihrem Unternehmen passt, werden Sie Eindruck hinterlassen. Es sind die Einzigartigkeit und Individualität, durch die Sie sich selbstbewusst behaupten können. Durch ein harmonisches Zusammenspiel von Form, Farbe und Schrift entsteht ein speziell für Ihren Firmenauftritt entwickelter **LOOK!**, der die Blicke auf sich zieht. So bleiben Sie im Gedächtnis.

_ Logoentwicklung
_ Bildmarke . Signet
_ Wortmarke . Schriftzug
_ Icon . Piktogramm

19a(h)!Tipp 9 _ Jetzt ´mal Klartext

Sprechen Sie „Kauderwelsch“? Sehr gut, ich auch nicht. _ Die Sprache, die fast jeden anspricht, ist kurz und knackig. Verfassen Sie kurze Texte, werden Sie am häufigsten gelesen. Texten Sie einfach, werden sie auch verstanden. Schreiben Sie unterhaltend bildhaft, bleiben ihre Inhalte besser im Gedächtnis. Haben Sie Ihren Schreibstil gefunden, bleiben Sie konsequent. Reden Sie Klartext in der Sprache Ihrer Zielgruppe! Ergänzen Sie Ihr Logo durch einen Claim bzw. Slogan, der zu Ihrem Unternehmen passt und gleichzeitig Ihre Zielgruppe anspricht. Denn die Kommunikation beginnt bereits im Claim.

Wussten Sie schon _ dass 80% der Leser lange Texte nur überfliegen? Eine Überschrift bestimmt zu 50%, ob Ihre Texte weiter gelesen werden oder nicht. Die zentrale Botschaft gehört deshalb an den Anfang: klar und eindeutig!
(Quelle: Wikipedia)

09 | 19

_ Claim . Slogan
_ Ansprache . Sprache
_ Verständlicher Schreibstil
_ Textgestaltung: klar . deutlich . kurz . knackig
_ Lesefreundlichkeit . Lesbarkeit

19a(h)!Tipp 10 _ Die Magie der Worte

„Die sitzt wieder auf ihren Ohren“ _ Diese Worte ertönten als Kind immer dann von meinen Eltern, wenn ich nicht(s) hören wollte. Will Ihre Zielgruppe hören, was Sie zu sagen haben? Sprechen Sie Ihr aus der Seele! Erkennt der Leser seinen Nutzen, wird er hellhörig. Für eine gute Verständigung zwischen Kunde und Ihnen sollten Sie immer seine Bedürfnisse und Interessen in den Mittelpunkt stellen. Strategien von Werbetexten können gefühlsorientiert emotional sein, ergebnisorientiert faktenreich, werteorientiert anspruchsvoll oder trendorientiert reizstark. Es gibt mehr magische Worte als das bekannte Zauberwort „Bitte“.

Wussten Sie schon _ dass AIDA ein Akronym für ein Werbewirkungsprinzip ist? Die Anfangsbuchstaben stehen für die englischen Begriffe **A**ttention, **I**nterest, **D**esire und **A**ction. Zunächst erzeugt man Aufmerksamkeit, im nächsten Schritt weckt man das Interesse, das den Kunden dazu bringt, sich GENAU DAS zu wünschen, damit er schließlich handelt bzw. kauft. (Quelle: Wikipedia)

10 | 19

_ Roter Faden
_ Werbestrategie . Botschaft

19a(h)!Tipp 11 _ Einen Moment bitte!

Die wertvollsten Augenblicke schmelzen schnell wieder dahin _ Entdecken – einfangen – festhalten – und Sie haben einen Schnellschuss für die Ewigkeit. Manchmal muss man die Dinge einfach nutzen, die sich einem bieten. So entstand dieses schmelzende „Eiskunstwerk“ auf meinem Dachfenster während eines Sonnenuntergangs. Wichtig für Ihre Firmendarstellung ist neben der Textgestaltung auch die visuelle Wirkung des Gesagten. Die Besonderheit steckt oft im Detail. Text und Bild sollten sich gegenseitig ergänzen und so Ihren Werbeauftritt zu einer harmonischen Gesamtgestaltung vereinen.

Wussten Sie schon _ dass die sechseckige Grundform der Eiskristalle entsteht, weil die gefrorenen Wassermoleküle Strukturen bilden, die ausschließlich auf 60°- bzw. 120°-Winkeln aufgebaut sind? Diese Anordnung der Moleküle hat mit der elektrischen Ladung der Atome eines Wassermoleküls zu tun. (Quelle: Wikipedia)

11 | 19

_ Bildsprache Ihrer Firmendarstellung
_ Visuelle Wirkung: Foto . Illustration . Skizze
_ Bildbearbeitung: Retusche . Composings . Freisteller . Farbanpassung
_ Details im Focus

19a(h)!Tipp 12 _ Das i-Tüpfelchen

Wo setze ich wie einprägsame Werbemaßnahmen ein? _ Durch spezielle Werbemaßnahmen und beeindruckende Werbemittel können Sie auffallen, überraschen, faszinieren, verblüffen, … . Sie dürfen sich kreativ frech, überwältigend groß oder emotional herzergreifend von der Masse abheben. Die Hauptsache ist, sie sind überzeugend und ehrlich. Bieten Sie Lösungen!

12 | 19

_ Kreation . Idee . Entwurf
_ Einheitlich durchgängiges Corporate Design: Print & Web
_ Außenwerbung . Fassadengestaltung
_ Messen . Ausstellungen . Events . Aktionstage . Erlebniswelten
_ Socialmedia . Onlinemarketing, Akquise, Präsentation
_ 3D . Video . 360°-Scans . VR/AR

19a(h)!Tipp 13 _ Unverwechselbar Sie!

Achten Sie auf Ihren Wiedererkennungswert, Sie dürfen außergewöhnlich besonders sein …

13 | 19

_ Einheitliches, durchgängiges Design
_ Wiedererkennungswert: interne und externe Kommunikation
_ Qualitätsbewusstsein
_ Anspruch, sich von allen anderen abzuheben: Individualität

14 | 19

19a(h)!Tipp 14 _ Das „Königreich“ erobern

Ich behaupte, jeder Selbstständige wünscht sich reichlich Könige. _ Warum? Wissen wir: „Der Kunde ist König“. Er entscheidet sich für oder gegen Ihre Leistung bzw. für oder gegen Ihr Produkt. Lassen Sie den König regieren: Ihr USP sorgt dafür, aus dem „Volk“ herauszustechen, Sie bekommen Aufmerksamkeit. Sie punkten durch Anstand und Wertschätzung, mit Offenheit und Transparenz gewinnen Sie sein Vertrauen. Stellen Sie den Kundennutzen in den Vordergrund und erobern Sie den König durch die perfekte Lösung. So kann Neukundengewinnung klappen.

_ Werbegeschenke . Give aways
_ Rabatte _ Gewinnspiele, etc.

15 | 19

19a(h)!Tipp 15 _ Win-Win!

Nicht zu verachten ist die Kundenbindung. _ Binden Sie die Belange der Kunden mit ein: gewinnen Sie neue Anregungen durch Feedback, nehmen Sie neue Impulse an. Setzen Sie auf ein vertrauensvolles Miteinander und arbeiten Sie eng zusammen: im Zeitmanagement, indem Sie Timelines setzen und Termine einhalten; in der Planung, indem Sie Kosten-Nutzenfaktoren und Preis-Leistung offen legen; mit Zuverlässigkeit Angebote und AB einhalten. So fühlt sich Ihr Kunde in guten Händen.

_ Feedback
_ Netzwerk
_ Newsletter _ Responsemöglichkeit

16 | 19

19a(h)!Tipp 16 _ Herzblut

Sind Sie begeistert, können Sie sicherlich auch Ihre Kunden begeistern. _ Das atelier19a will Ihnen nicht nur Impulse geben, es versteht sich als Ihr Wegweiser in eine erfolgreiche Zukunft: mit kreativen Ideen, anspruchsvollem Design, individueller Werbung, langjähriger Erfahrung und hoch motiviert. Ich bin überzeugt: sind wir mit Herzblut dabei, wird alles gut.

_ Begeisterungsfähigkeit
_ Motivation zeigen
_ Herzblut & Leidenschaft spürbar machen

19a(h)!Tipp 17 _ Ehrlichkeit währt am längsten

Zeigen Sie Größe und geben Sie kleine Schwächen zu. _ Wachsen Sie mit verlässlichen guten Partnern an Ihrer Seite. Denn niemand kann alles allein gleich gut. Oder kennen Sie die eierlegende Wollmilchsau? Wie sieht sie aus? Ist sie ein Schwein, in Wolle gepackt und muht, während sie auf zwei Beinen hektisch umherflattert? Erkennen wir sie am Hahnenkamm mit Ziegenbart und ihrem permanenten Gemeckere, wenn sie Milch gibt? Oder sitzt sie gackernd mit vier Beinen brütend auf der Hühnerstange während sie sich mit Ringelschwanz und schwarzen Flecken brüstet? Was für ein lustiges Spektakel! Ob sie selbst noch weiß wer sie ist und was sie tut?
Bevor ich faule Eier oder saure Milch produziere, setze ich lieber auf Erfahrung und Herzblut. Wer sich auf das konzentriert was er gut kann, ist sich auch selbst bewusst, wo er Unterstützung benötigt. Partner unterstützen uns da, wo wir allein an unsere Grenzen kommen. So wird Konkurrenz schnell zu partnerschaftlicher Größe. Gemeinsam können wir über unser Ziel hinaus wachsen und Besonderes leisten.

17 | 19

_ Partner statt Konkurrenz
_ befruchtende Synergien
_ neues Wissen aneignen

19a(h)!Tipp 18 _ Von Mund zu Mund

Die beste Werbung ist immer noch die, die andere für uns machen. _ Werbung über die man spricht bleibt länger im Gedächtnis. In aller Munde zu sein bedeutet präsent sein. Bleiben Sie stets offen für Neues und im Wandel. Denn Wandel heißt verbessern.

18 | 19

_ Präsentation
_ Akquisition
_ Weiterbildung

19a(h)!Tipp 19 _ Let's do it!

Lassen Sie uns gemeinsam in die Zukunft starten.

19 | 19

_ Rufen Sie mich an: 0571 6483718
_ Mailen Sie mir: c.holzhauer@atelier19a.de

Schauen Sie ´mal wieder rein!

atelier19a _ design&werbung Dipl.-Des. Cordula Holzhauer _ Lange Wand 19a _ 32425 Minden _ c.holzhauer@atelier19a.de