

## DESIGNCHECK – DER BERATUNGS-SERVICE FÜR SIE

Sie denken schon seit einiger Zeit über ein Redesign, eine Modernisierung und Anpassung Ihres Firmenauftrittes nach?

Ihr Unternehmen hat sich schneller entwickelt als das Unternehmens-Erscheinungsbild?

Dann nutzen Sie den BERATUNGS-SERVICE und profitieren von meiner Erfahrung im Bereich Corporate Design und Logoentwicklung. Sie schicken mir einen repräsentativen Querschnitt Ihrer Geschäftspapiere und Werbemittel: Visitenkarte, Briefbogen, Flyer oder Broschüre und natürlich Ihre Internetadresse.

Wir führen anschliessend einen gemeinsamen Workshop durch und ich erstelle anhand Ihrer Angaben eine seriöse Fach-Analyse inklusive eines kompletten Beratungsberichtes, den ich bei Ihnen im Hause präsentiere.

So zeige ich Ihnen noch ungenutztes Potenzial und gebe Ihnen wertvolle Anregungen.

Wir definieren und präzisieren dann gemeinsam die Aufgabenstellung und Sie erhalten von mir konkrete Angaben für die Umsetzung.

Füllen Sie einfach diese Checkliste vor unserem nächsten Gespräch aus:

### IHRE KONTAKTDATEN

Firma \_\_\_\_\_

Branche \_\_\_\_\_

Kontaktperson \_\_\_\_\_

Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

Telefon Fax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Internetadresse \_\_\_\_\_

Sie haben Fragen dazu? Dann rufen Sie mich an oder schreiben Sie eine E-Mail.

## 1. WELCHE CORPORATE DESIGN-BAUSTEINE SIND VORHANDEN?

- Logo (leicht zu erfassen, einprägsam und passt zu Ihnen)
- Einheitliche Hausschrift und evtl. begleitende Schriften
- Definierte Farben und Farbklimata
- Bildkonzept (bestimmt Anmutung und Anwendung von Fotos und Illustrationen)
- Grafische Elemente (Linien, Flächen, Formen) werden durchgängig eingesetzt
- Alle Kommunikationsmedien basieren auf einem einheitlichen Gestaltungsraster

## 2. WIRKUNG UND ERFOLG IHRES CORPORATE DESIGNS

- Ihr Corporate Design verändert sich mit Ihrem Unternehmen und wurde schon einmal oder mehrfach überarbeitet
- Alle Drucksachen, Ihre Internetpräsenz und Ihre Räumlichkeiten können leicht als zusammengehörig identifiziert werden
- Alle Elemente Ihres Corporate Designs können eindeutig Ihrem Unternehmen zugeordnet werden
- Ihr Corporate Design transportiert die wichtigsten Eigenschaften und Werte Ihres Unternehmens
- Farben und Formen stimmen mit Ihrem Image überein
- Ihr Corporate Design ist zeitlos, nicht modisch
- Ihr Corporate Design ist auf allen Werbemitteln anwendbar
- Ihr Corporate Design hebt sich deutlich vom Wettbewerb ab
- Das Alleinstellungsmerkmal (USP) Ihres Unternehmens ist für Außenstehende klar definiert und wird durch Ihr Corporate Design unterstützt
- Mitarbeitern und Dienstleistern liegt ein CD-Manual mit Gestaltungsrichtlinien vor
- Alle Beteiligten wissen wie CD-relevante Botschaften gestaltet sein sollen
- Alle Mitarbeiter integrieren das Corporate Design in die Formatvorlagen von PC-Dokumenten und E-Mails

### 3. DIE ZIELGRUPPE – WEN SOLL IHR CD ÜBERZEUGEN?

- Privatkunden (B2C)
- vorwiegend Männer
- vorwiegend Frauen
- Altersgruppe von ..... bis ..... Jahren
- Geschäftskunden (B2B)
- Großunternehmen
- Mittelstand
- Behörden, Institutionen
- Presse
- Dienstleister

Wo sind Ihre Kunden?

- regional
- deutschlandweit
- europaweit
- weltweit

Ihre Kunden wollen:

- eher unterhalten werden
- eher informiert werden
- online bei Ihnen einkaufen

Weitere Informationen über Ihre Zielgruppe:

---



---



---

### 4. WELCHE MEDIEN NUTZEN SIE?

- Geschäftsausstattung (Briefbogen, Visitenkarte, Fax, Kurzbrief, Pressemappe, Stempel, Vorlagen)
- Digitale Medien (Website, Online-Marketing)
- Publikationen und Werbemaßnahmen (Broschüren, Flyer, Kataloge, Anzeigen, Plakate, Geschäftsberichte)
- Design im Raum (Orientierungssysteme, Deckenhänger, Displays, Messeauftritte, Verpackungen)

## 1. WIE WIRKT IHR LOGO?

- Ist Ihr Logo unverwechselbar und leicht zu merken?
- Kann man aus dem Logo die Leistung/Branche Ihres Unternehmens erkennen?
- Transportiert das Logo die Kerneigenschaften und Kompetenzen Ihres Unternehmens?
- Spricht das Logo die zu erreichende Zielgruppe an?
- Hebt sich das Logo von dem Logo Ihrer Konkurrenz ab?
- Passt das Design des Logos zu Ihrem angestrebten Unternehmensimage?
- Ist das Logo zeitlos und langfristig einsetzbar oder ist es modisch?
- Wurde das Logo bereits überarbeitet und der Entwicklung Ihres Unternehmens angepasst?
- Wird das Logo durch einen Slogan/Claim unterstützt?

## 2. EINSATZ UND ANWENDUNG DES LOGOS

- Ist das Logo auf unterschiedlichen Medien anwendbar (Internet, Print, Außenwerbung, Giveaways)?
- Ist das Logo auch noch sehr klein gut lesbar?
- Lässt sich das Logo ohne Qualitätsverlust vergrößern und verkleinern?
- Wirkt das Logo auch einfarbig (schwarz/weiß, grau), z. B. auf Ihrem Fax?
- Kann das Logo auch invertiert werden?
- Kann das Logo dreidimensional dargestellt werden?
- Hat Ihr Logo mehr als 2 Farben?
- Sind die Logofarben Sonderfarben (Pantone, HKS)?
- Liegt Ihr Logo als Vektorformat (eps) oder als Bildformat (jpg, bmp) vor?
- Gibt es Richtlinien für den Einsatz des Logos (Positionierung, Abstände)?

Sie haben Fragen dazu? Dann rufen Sie mich an oder schreiben Sie eine E-Mail.