

Ausdruck

Die Übersetzung deiner Marke nach außen

MARKENGESCHICHTE

MARKENBOTSCHAFT

COPYWRITING

LANDINGPAGE

Deine Identität bekommt eine Geschichte, deine Positionierung eine klare Botschaft und dein Ansatz eine unverwechselbare Stimme. Frequency Branding übersetzt, was dich auszeichnet, in einen Ausdruck, den andere verstehen, einordnen und wiedererkennen können.

Ausdruck: Die Übersetzung deiner Marke nach außen

Markengeschichte

Deine Identität wird zu einer nachvollziehbaren Erzählung.

Markenbotschaft

Deine Positionierung wird klar und wiedererkennbar.

Copywriting

Deine Marke bekommt eine unverwechselbare Stimme.

Landingpage

Deine Marke wird digital erlebbar.

Frequency Branding übersetzt, was dich auszeichnet, in einen Ausdruck, den andere verstehen, einordnen und wiedererkennen können.

Was innerlich klar ist, wird sichtbar

Ausdruck ist der dritte Bereich von Frequency Branding. Hier werden die Ergebnisse aus Erkenntnis und Positionierung in eine konkrete Form übersetzt.



Identität

Wer du bist, wofür du stehst und wie du arbeitest.

Orientierung

Für wen du da bist, welches Problem du adressierst und wie du dich im Markt positionierst.

Beitrag

Was du anbietest, welchen Nutzen deine Arbeit stiftet und was deine Kunden dadurch gewinnen.

Leitfrage: Wie vermittele ich meine Marke nach außen, sodass Menschen verstehen, wofür ich stehe und warum mein Ansatz für sie relevant ist?

Vier Ausdrucksformen greifen ineinander

Vom persönlichen Hintergrund bis zur digitalen Präsenz entsteht ein zusammenhängender Ausdruck deiner Marke.



Markengeschichte

Deine Erfahrungen, Erkenntnisse und Überzeugungen werden zu einer nachvollziehbaren Geschichte. Sie erklärt, warum du deinen heutigen Weg gehst.



Markenbotschaft

Deine Positionierung wird auf den Punkt gebracht. Die Botschaft vermittelt, wofür du stehst und worin sich dein Angebot auszeichnet.



Copywriting

Deine Markenbotschaft wird in eine wiedererkennbare Sprache übersetzt. Tonalität und Wortwahl machen deine Identität in konkreten Texten erfahrbar.



Landingpage

Geschichte, Botschaft, Sprache und Gestaltung verbinden sich zu einer digitalen Präsenz, die Besucher durch deine Inhalte führt.



Alle vier Elemente folgen derselben Positionierung – so entsteht ein stimmiger Markenauftritt.

Markengeschichte: Deine Identität wird verständlich

Prägende Erfahrungen, Erkenntnisse und Überzeugungen verbinden sich zu einer Erzählung, die erklärt, warum du heute auf diese Weise arbeitest. Eine überzeugende Markengeschichte ist mehr als ein chronologischer Lebenslauf.



Lebenslauf

Roter Faden

Ergebnis

Deine Geschichte schafft Kontext für deine Positionierung. Sie zeigt, warum du diesen Ansatz verfolgst und weshalb deine Arbeit zu deiner Identität passt.

Aus der Geschichte entsteht ein Fundament

Dein persönlicher Hintergrund wird zu einem verständlichen Teil deiner Marke. Er erklärt, woher deine Haltung kommt, welche Erfahrungen deine Arbeit geprägt haben und warum du deinen eigenen Ansatz entwickelt hast.



Selbstdarstellung

Du verbindest deinen Weg mit deiner heutigen Arbeit. Menschen verstehen, welche Erfahrungen und Erkenntnisse deinen Ansatz geprägt haben.



Website

Deine Geschichte gibt deiner Positionierung persönlichen Kontext. Sie vermittelt, wer hinter der Marke steht und warum deine Arbeit genau diese Ausrichtung hat.



Vorträge & Kommunikation

Deine Geschichte macht deinen Ansatz nachvollziehbar. Sie schafft einen verständlichen Ausgangspunkt und zeigt, wie deine Erfahrungen mit deinem heutigen Angebot zusammenhängen.

Markenbotschaft: Wofür du stehst, wird greifbar

Die Markenbotschaft übersetzt deine Positionierung in eine verständliche und wiedererkennbare Aussage. Sie beantwortet drei Fragen: **Worum geht es? Für wen ist es relevant? Welchen besonderen Beitrag leistet deine Marke?**



Die Markenbotschaft verbindet diese Elemente zu einer klaren Aussage. Sie macht deine Positionierung verständlich und schafft einen gemeinsamen Bezugspunkt für deine gesamte Kommunikation.

Eine Botschaft, viele Kontaktpunkte

Deine Positionierung bildet den gemeinsamen Bezugspunkt deiner Kommunikation. Je nach Kontaktpunkt werden unterschiedliche Aspekte hervorgehoben – die grundlegende Aussage deiner Marke bleibt konsistent.



Die Formulierungen und Inhalte dürfen sich je nach Kanal unterscheiden. Entscheidend ist, dass sie dieselbe Positionierung vermitteln und gemeinsam ein stimmiges Bild deiner Marke entstehen lassen.

Copywriting: Deine Marke bekommt eine Stimme

Deine Positionierung soll sich nicht nur in strategischen Dokumenten wiederfinden – sie muss auch in deiner Sprache erkennbar werden. Der Voice Print aus dem Frequency Compass liefert die Grundlage für diesen sprachlichen Ausdruck.



Stimme erfassen

Tonalität und Haltung bestimmen die sprachliche Richtung. Sie legen fest, wie deine Marke klingt und welche Wirkung deine Kommunikation vermitteln soll.



Sprache wählen

Wortwahl und Wortfamilien machen deinen Ausdruck wiedererkennbar. Sie helfen dabei, deine Themen auf eine Weise zu formulieren, die zu deiner Identität und deiner Zielgruppe passt.



Texte formen

Satzrhythmus, Formulierungen und Textstruktur bringen die Stimme in die Praxis. Aus den sprachlichen Grundlagen entstehen konkrete Texte für unterschiedliche Kommunikationssituationen.

- ❑ Das Ergebnis: Deine Marke entwickelt eine wiedererkennbare Stimme – über alle Themen und Angebote hinweg.

Wo Copywriting wirkt

Copywriting übersetzt deine Positionierung in konkrete Kommunikation. Es vermittelt, wofür deine Marke steht, erklärt dein Angebot und macht deinen Ansatz nachvollziehbar.

Website & Landingpages

Von der ersten Überschrift bis zur ausführlichen Angebotsbeschreibung führt deine Sprache durch die Inhalte. Sie schafft Orientierung und macht den Nutzen deiner Arbeit greifbar.

- Startseite
- Über-mich-Text
- Angebotsseite
- Landingpage
- Häufig gestellte Fragen

Marketingmaterialien

Auch außerhalb deiner Website bleibt verständlich, wofür deine Marke steht und was sie anbietet. Deine Botschaft erhält eine konsistente sprachliche Form.

- Broschüren & Flyer
- Präsentationen
- Angebotsunterlagen
- Weitere Kommunikationsmaterialien

Der gemeinsame Nenner

Jeder Text erfüllt eine konkrete Aufgabe und folgt dennoch derselben Positionierung. Dadurch entsteht Wiedererkennbarkeit über verschiedene Formate und Kontaktpunkte hinweg.

Landingpage: Die Marke wird erlebbar

Auf einer Landingpage treffen Geschichte, Markenbotschaft, Copywriting und Gestaltung zusammen. Sie macht sichtbar, wer hinter der Marke steht, wofür sie eintritt und welchen nächsten Schritt Besucher gehen können.



Eine gute Landingpage verbindet diese vier Perspektiven zu einer nachvollziehbaren Abfolge. Sie schafft Verständnis, vermittelt den Wert des Angebots und erleichtert die Entscheidung, Kontakt aufzunehmen oder eine Buchung vorzunehmen.

So spielen die Elemente zusammen

Vier Elemente bauen eine gemeinsame Landingpage auf. Jedes übernimmt eine eigene Aufgabe und trägt dazu bei, die Positionierung verständlich und erlebbar zu machen.

1

Geschichte

Schafft Kontext. Verbindet den persönlichen Hintergrund mit der heutigen Arbeit.

2

Botschaft

Vermittelt die Positionierung. Bringt auf den Punkt, wofür die Marke steht.

3

Copywriting

Übersetzt die Inhalte in eine wiedererkennbare Sprache mit konkreten Formulierungen.

4

Gestaltung

Gibt den Inhalten eine visuelle Form. Typografie, Bildsprache und Layout unterstützen die Orientierung.

Geschichte schafft Verständnis, Botschaft gibt Orientierung, Copywriting vermittelt die Inhalte und Gestaltung macht sie visuell erfahrbar. Gemeinsam führen die Elemente zu einem stimmigen Markenauftritt.

Das entsteht am Ende

Du erhältst einen zusammenhängenden Ausdruck deiner Marke, der deine Identität, deine Positionierung und deinen Beitrag verständlich nach außen vermittelt.

Eine Markengeschichte

Sie verbindet deinen persönlichen Weg mit deiner heutigen Arbeit und macht die Hintergründe deines Ansatzes nachvollziehbar.

Eine klare Markenbotschaft

Sie bringt auf den Punkt, wofür du stehst, für wen deine Arbeit relevant ist und welchen besonderen Beitrag du leistest.

Eine wiedererkennbare Sprache

Sie übersetzt deine Identität und Positionierung in konkrete Texte, die deine Haltung vermitteln und deiner Marke einen charakteristischen Ausdruck geben.

Eine Landingpage

Sie verbindet Geschichte, Botschaft, Sprache und Gestaltung zu einer digitalen Präsenz, die Orientierung schafft und Besucher zum nächsten Schritt führt.

☐ Das Ergebnis ist ein stimmiger Ausdruck deiner Marke – verständlich, wiedererkennbar und in sich konsistent.