

Reflexion

Dein Business-Ikigai

Jetzt führen wir dein Ikigai mit deiner Business-Idee zusammen. Betrachte erst beides getrennt voneinander.

Dein Ikigai:

Deine Business-Idee:

Versuche nun, diese beiden Dinge miteinander zu verknüpfen, damit dein Business-Ikigai daraus entsteht.

Falls dein Ikigai so gar nicht zu deiner Business-Idee passt. Keine Panik!

Lass dir Zeit. Schlafl eine Nacht darüber und frag dich dann ehrlich, ob deine Business-Idee wirklich zu dir passt. Die ehrliche Beantwortung der drei nebeneinander stehenden Fragen kann dir dabei helfen:



DAS NIMMST DU MIT

→ deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Schreibe hier nochmal alle deine entdeckten Ängste und Glaubenssätze auf. Und halte die neuen bestärkenden Sätze fest.

Wenn du das später wieder liest, wirst du feststellen, was sich verändert hat.

Deine alten Ängste und Glaubenssätze:

Deine neuen, bestärkenden Sätze:



Extra-Tipp:

Schreibe dir die bestärkenden Sätze auf und hänge sie irgendwo hin, wo du sie regelmäßig siehst und liest.

So verinnerlichen sie sich noch stärker.

DAS NIMMST DU MIT

→ deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Lies dir nun die Mail deines Business-Ichs durch und spüre nach, was es dir zeigt. Welche Energie steckt darin? Wie beschreibt es sich selbst, wie tritt es auf, was bewirkt es? Fasse diese Eindrücke hier zusammen. Halte fest, wie dein Business-Ich ist, wie es wirkt und welche Kraft es in dein Business bringt.

Dein Business-Ich ist:

Fünf Adjektive, die es am besten beschreiben.

z. B. mutig, klar, herzlich, kreativ, verlässlich

Dein Business-Ich wirkt:

Fünf Adjektive, wie es im Aussen wahrgenommen wird.

z. B. inspirierend, ruhig, professionell, offen, nahbar

Dein Business-Ich bewirkt:

Fünf Dinge, die es im Aussen auslöst.

z. B. Vertrauen, Klarheit, Motivation, Verbindung, Mut

Dein Business-Ich sagt:

Ein bestärkendes Zitat.

z. B. „Ich weiss, was ich kann und zeige dies selbstbewusst der Welt.“

DAS NIMMST DU MIT

→ deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Fasse hier nochmal zusammen, was du erschaffen hast.

Wie fühlt es sich an, wenn du dein Zukunftsbild anschaußt? Welches Gefühl steht im Zentrum? Was sagt dein Visionboard über dich und dein Business aus? Welche Energie möchtest bewusst mitnehmen?

DAS NIMMST DU MIT

→ deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Dein:e Wunschkund:in

Name

Lebensphase

Primäre Gefühle

Primäre Werte

Primäre Probleme

Deine Lösung (wie löst du die Probleme deines:r Wunschkund:in?)

Reflexionsfrage zum Abschluss

Was kannst du nun konkret in deinem Business verändern, wenn du deine Wunschkund:in so klar vor Augen hast? (Kommunikation verändern, Angebote anpassen etc.)

DAS NIMMST DU MIT

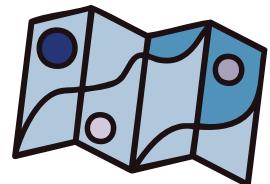
-> deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Jetzt bringst du deine Erkenntnisse auf den Punkt. Aus vielen Eindrücken werden klare Aussagen, die dir in deinem Business Orientierung geben.

Deine Werte

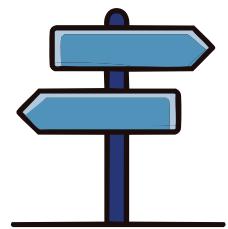
Wähle aus deiner Liste drei bis fünf Werte aus, die dir am wichtigsten sind.



Zur Erinnerung: Werte sind Haltungen, die dir im Alltag Orientierung geben. Sie helfen dir, Entscheidungen zu treffen und zu erkennen, was zu dir passt und was nicht. Deine drei bis fünf Kernwerte sind wie die Landkarte, die dich sicher auf deinem Weg begleitet.

Deine Vision

Formuliere aus deiner Annäherung auf der vorherigen Seite einen Satz, der deine Vision ausdrückt.



Zur Erinnerung: Eine Vision beschreibt, wohin du willst. Sie darf grösser sein als dein Business heute, muss nicht messbar sein und soll dich inspirieren. Deine Vision ist das Ziel auf deinem Wegweiser.

Tipp: Schreibe sie im Präsens, um von der Manifestationswirkung zu profitieren.

DAS NIMMST DU MIT

-> deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Jetzt wählst du den Namen und den Slogan, die dich und dein Business am besten repräsentieren.

Gehe deine bisherigen Ideen durch und achte darauf, dass Name und Slogan zusammen stimmig klingen.

Sie sollen sich ergänzen, natürlich wirken und deine Marke in wenigen Worten erkennbar machen.

Dein Markenname

Wähle den Namen, der langfristig zu dir, deiner Zielgruppe und deinem Angebot passt.

Prüfe, ob der Name schon existiert, ob eine passende Domain noch frei ist und ob der Name gut auszusprechen und zu merken ist.

Dein Slogan

Wähle den Slogan, der dein Angebot und deine Haltung klar und einzigartig ausdrückt.

Er soll ehrlich zeigen, was dich besonders macht und in Kürze die Aufmerksamkeit deiner Zielgruppe erregen.

DAS NIMMST DU MIT

→ deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Dein Sprachprofil

Fasse auf dieser Seite zusammen, wie deine Marke spricht. Dieses Profil hilft dir, künftig stimmig zu schreiben.

Schau dir dazu die Antworten aus den vier Kategorien auf den vorherigen Seiten an. Übernimm die gleichen Begriffe oder passe sie an, um sie noch passender für deine Marke zu definieren.

1. Sprachgefühl

Wie soll deine Marke wirken, wenn Menschen die Texte lesen oder hören?

2. Schreibstil und Rhythmus

Wie klingt deine Markensprache, wenn du schreibst oder sprichst?

3. Konsistenz und Anpassung

Wie verändert sich deine Markensprache über verschiedene Kanäle hinweg?

4. Wortwahl und Haltung

Welche Worte und Formulierungen sind besonders typisch für deine Marke?

DAS NIMMST DU MIT

-> deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Sobald du dich für deine Markenfarben entschieden hast, fasse hier zusammen, welche Farben du gewählt hast und was diese widerspiegeln:

Deine Farben mit den Farbcodes
(gib den Farben auch gerne Namen, um sie zu „deinen“ zu machen):

Geweckte Emotionen oder widerspiegelte Werte:

Da du deine Farben hier nicht zeigen kannst, erstelle dir ein separates Dokument in deinem Designtool (z. B. Canva).

Lege auf der ersten Seite deine Farbpalette an.

Nach und nach wird hier dein persönliches „Mini-Brandbook“ entstehen.

Tipp: Auf Canva gibt es unzählige Brand Guide-Vorlagen. Lasse dich inspirieren oder passe eine bestehende Vorlage an.

DAS NIMMST DU MIT

→ deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Schau dir nun deine Favoriten nochmal an und entscheide dich für eine Kombination für deine Marke. Halte diese hier fest:

Die Schrift für deine Titel.

Definiere auch die Schriftschnitte, die du verwenden wirst. (Regular, Bold etc.)

Die Schrift für deinen Fliesstext.

Definiere auch hier die Schriftschnitte. (Denke an Hervorhebungen im Text.)

Öffne nun deinen Brand Guide, den du im *Kapitel 3.1 – Farbwelt* erstellt hast und füge eine Seite hinzu.

Hier kannst du deine Schriften inkl. der Schriftschnitte, die du brauchen wirst, festhalten.

So ist dein persönliches „Mini-Brandbook“ ein Stück weiter gewachsen.

DAS NIMMST DU MIT

→ deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

Halte hier kurz fest, welche Richtung du für deine Designsprache gewählt hast. Notiere Formen, Linien oder Elemente, die zu deiner Marke passen und mache kleine Skizzen. So erinnerst du dich später an deinen Stil und das Gefühl, das du mit deinem Auftritt vermitteln möchtest.

Erweitere deinen Brand Guide, den du im Kapitel 3.1 – *Farbwelt* erstellt hast.

Füge dein Moodboard ein (falls noch nicht geschehen) und halte alle grafischen Elemente und Stilrichtungen fest, die du definiert hast.

Wenn du mit einem:r Expert:in zusammenarbeitest, wird jene:r diese Arbeit für dich übernehmen.

DAS NIMMST DU MIT

→ deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?

Reflexion

In diesem Kapitel gibt es nicht viel zu reflektieren. Dein Logo sagt bereits alles aus.

Falls du dir trotzdem etwas notieren möchtest, das du aus dem Logodesign-Prozess mitnimmst, kannst du das hier tun.

Halte nun dein finales Logo mit allen Versionen in deinem Brand Guide fest.

Damit ist dein selbstkreierter Brand Guide vollständig.

DAS NIMMST DU MIT

-> deine ganz persönliche Zusammenfassung.
Welche Erkenntnisse willst du dir merken?