



Brand Manual & Guidelines 2022



Eine Designkonzeption für die Agrargenossenschaft
Finow aus Liebe in Brandenburg.







Inhaltsverzeichnis

Leitfaden	»	05	Außenwerbung	»	27
Unternehmensanalyse	»	07	Packaging	»	35
Logo	»	09	Website	»	39
Corporate Colors	»	15	Social Recruiting	»	51
Typografie	»	19	Quellen, Urheberrecht, etc.	»	57
Bildwelt und Formsprache	»	23			





Designkonzept **01.**



Leitfaden





**“Design is the silent
ambassador of
a brand.”**

Paul Rand

Design ist der
stille Botschafter
einer Marke.



Dieses Zitat dient als Leitfaden dieses Designkonzepts. Die Intention ist es, ein nachhaltiges Design zu schaffen, welches die Emotionen und Werte der „Agrargenossenschaft Finow“ widerspiegelt. Die Gestaltung ist ein stiller Botschafter, welcher den Verbraucher dazu bringen soll, sich mit der Brand „Finow“ zu identifizieren und eine Bindung aufzubauen.



Designkonzept **02.**



Unternehmensanalyse






Finow Agrargenossenschaft Fisch, Gemüse und Kräuter aus einer Zucht.



Die Finow Agrargenossenschaft aus Liepe in Brandenburg hat sich auf den biologischen Landbau spezialisiert. Zusätzlich wurde nun mit der Einführung der Aquaponik ein weiterer Entwicklungsschritt eingeleitet: Fischzucht und Gemüseanbau in einem geschlossenen Kreislaufsystem. Diese Produkte werden sowohl an Privatkunden (B2C), als auch Geschäftskunden (B2B) verkauft. Der Agrargenossenschaft ist es außerdem sehr wichtig, auf ressourcenschonende Werbemittel und Verpackungsmaterial zurückzugreifen.

Key-Werte

-  Nachhaltigkeit
-  Bio-Qualität
-  Regionalität
-  Schonung von Ressourcen



Designkonzept **03.**



Logo





Logo

Make it Simple,
But Significant.



Der Grundgedanke bei der Gestaltung des Logo-Icons, ist die zwei Aspekte Gemüse- und Fischzucht in einem Icon zu vereinen. Das Logo wirkt aufgrund der kreisförmigen symmetrischen Form sehr geschlossen und stimmig.

Die hintere Flosse des abstrakt abgebildeten Fisches bilden zwei Blätter, welche den Anbau von Kräutern und Gemüse darstellen.

Bei genauerer Betrachtung des Logos erkennt man, dass das Auge des Fisches und die andeutung der seitlichen Flosse, ein fröhliches Gesicht ergeben. Dieses soll den zufriedenen und glücklichen Kunden von "Finow" widerspiegeln.



finow





Star Arrangement



Die Star Variante des Logos, ist die primär verwendete Variante.



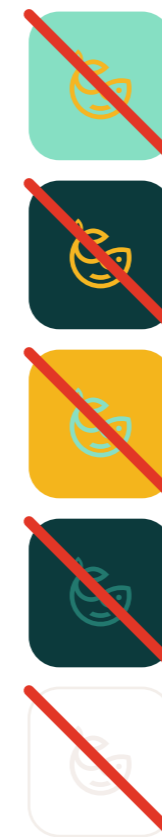
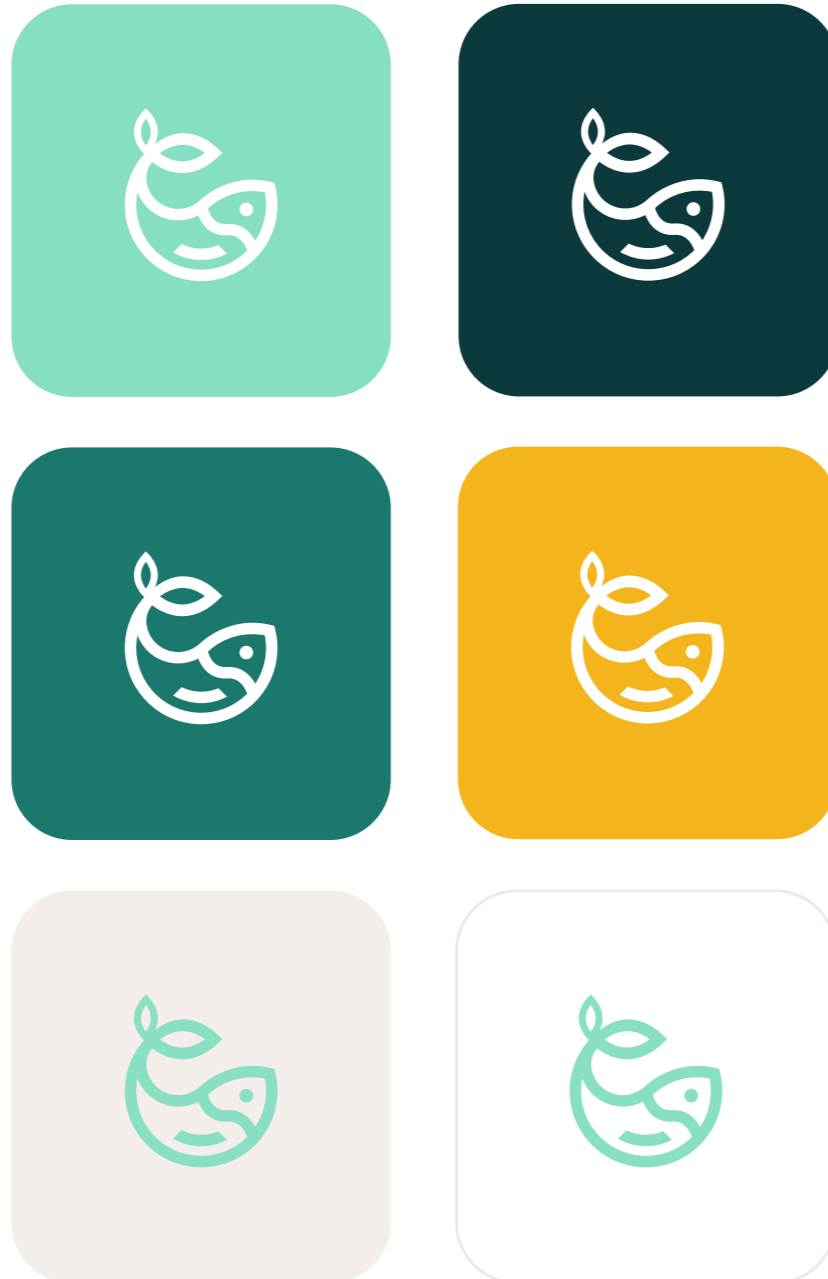
Train Arrangement



Die Train Variante des Logos, ist die sekundär verwendete Variante.



Do's



Dont's



Das Logo Icon darf nie im Farbton "Selective Yellow" verwendet werden. Zudem dürfen grüne Farbtöne unter keinen Umständen zusammen mit "Selective Yellow" verwendet werden. Zudem muss das Logo Icon immer ausreichend Kontrast zur Hintergrundfläche bieten.



Logo-Schutzraum und Größen



Bei der Verwendung des Logos ist es sehr wichtig, den angegebenen Logo-Schutzraum in jedem Fall einzuhalten. Die Abstände links und rechts werden durch das Logo Icon (ohne Zusatz) gebildet. Oben und unten verwendet man die Hälfte des Logo Icons als Maß für den Abstand. Diese genormten Abstände dürfen bei der Verwendung des Logos niemals unterschritten werden.

Sollte das Logo Icon bei der Verwendung die Höhe von 18 mm unterschreiten, fällt der Zusatz "Agrargenossenschaft" weg.





Logo Redesign

Vorher und Nachher.



altes Logo



neues Logo



Designkonzept **04.**



Corporate Colors





Green Sheen

Primärfarbe A



CMYK. 60/0/43/0
RGB. 106/191/167
PANTONE. P 133-5 C
HEX. 6ABFA7

Pine Green

Primärfarbe B



CMYK. 92/47/58/56
RGB. 0/63/64
PANTONE. 3302 C
HEX. 014040

Rich Black

Primärfarbe C



CMYK. 92/47/58/56
RGB. 10/63/64
PANTONE. 328 C
HEX. 027368

Selective Yellow

Sekundärfarbe A



CMYK. 4/32/95/0
RGB. 243/180/9
PANTONE. 7408 C
HEX. F4B400

Isabelline

Sekundärfarbe B



CMYK. 6/7/8/0
RGB. 242/237/234
PANTONE. P 51-1 C
HEX. F2ECE9

White

Sekundärfarbe C



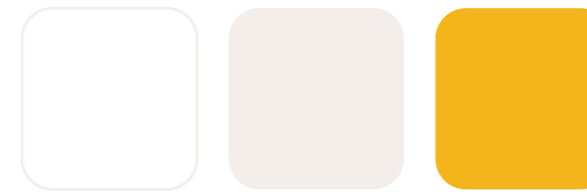
CMYK. 0/0/0/0
RGB. 255/255/255
PANTONE. -
HEX. FFFFFFFF



Primärfarben



Sekundärfarben



Green Sheen



"Green Sheen" ist ein schönes, beruhigendes Aquamarin, das an das klare Wasser eines Ozeans erinnert. Dieser Farbton passt ebenfalls perfekt zu Pflanzen, da er sich in die Farben des Grüns, Blauen und Grau-Türkises einfügt, die häufig in den Blättern und Stängeln von Pflanzen zu finden sind.



Selective Yellow



"Selective Yellow" ist ein lebhaftes Gelb, das an die frischen, saftigen Farben von Gemüse erinnert. Außerdem ist es eine warme Farbe, die für die Wärme und den Wohlfühlfaktor steht, der mit einer gesunden Ernährung einhergeht. Es passt auch zur Sonne, da es ein helles und lebendiges Gelb ist, das an die warme Wärme des Sonnenlichts erinnert.



Zulässige Farbabstufungen in Form von Deckkraftreduzierung.





Designkonzept **05.**



Typografie





Diese Schrift wird für Überschriften und Fließtexte verwendet und bildet somit die **Main Font** des Corporate Designs.

Ad

Sustrunt peratus ea corerovitate nimos pro dolupicillit quis cus, te non rae voloriores, tentures vernat. Nem ut que con evelique pro ercimpore earuntium reruntia aut isin ex electa con rectusa musant vel in reictor aut et ma doles.

Glyph

Poppins

Character

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
~!@#%&*()-=_+[]{}|;:“,./<>?

Styles

Thin	Semi Bold
Light	Bold
Regular	Extra Bold
Medium	Black

**Make it Simple,
But Significant.**



Es wurde die Schriftart "Poppins" gewählt, da diese aufgrund ihrer geometrischen, serifenlosen und simplen Form, sehr modern und hochwertig wirkt. "Poppins" präsentiert sich sehr clean und einfach, aber dennoch prägnant. Vor allem für den Einsatz im digitalen Bereich ist die Schrift sehr gut optimiert.



Diese Schrift wird ausschließlich als Wortmarke im Logo verwendet.



Aa

Sustrunt peratus ea corerovitate nimos pro dolupicillit quis cus, te non rae voloriores, tentures vernat. Nem ut que con evelique pro ercimpore earuntium reruntia aut isin ex electa con rectusa musant vel in reictor aut et ma doles.

Glyph

Fredoka

Character

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

~!@#%&*()-=_+[]{}|;:'",./<>?

Styles

Regular

Nachhaltigkeit und Imperfektion.



“Fredoka” ist eine handgezeichnete Schriftart, die ein Gefühl von Natürlichkeit und Organizität vermittelt. Die Schriftart hat eine schöne, weiche und organische Form, die das Thema Nachhaltigkeit unterstreicht. Die unregelmäßige Kontur der Schriftart spiegelt die Imperfektion und Vielfalt der Natur sehr schön wider.



Beispiele für das Zusammenspiel von Headlines und Fließtexten im **Print- und Digitalbereich.**

● Dieses Element dient als optionales Schmuckelement.

Headline Headline



Um ni que odis molluptas voluptas deliqui as eaqui solorentium es re dolupta tibeate doluptas maximax imusto temque magnim sunt, odissi nonsern atempor eptur, quid mostest doluptasit, quam, estis que voloreria corporrore vel iusciust, vellabo. Nam as nosam fuga. Ehent velisquatem. Et od utemquis unt velit evendis et omniaep.

10% Neigung (Pseudo-Kursiv)
Linksbündiger Blocksatz
zulässige Schriftfarben in HEX:
#929292 #027368 #ffffff

Headline Headline



Um ni que odis molluptas voluptas deliqui as eaqui solorentium es re dolupta tibeate doluptas maximax imusto temque magnim sunt, odissi nonsern atempor eptur, quid mostest doluptasit, quam, estis que voloreria corporrore vel iusciust, vellabo. Nam as nosam fuga. Ehent velisquatem. Et od utemquis unt velit evendis et omniaep.

Keine Neigung
Linksbündiger Blocksatz
zulässige Schriftfarben in HEX:
#929292 #027368 #ffffff

Headline Headline



Um ni que odis molluptas voluptas deliqui as eaqui solorentium es re dolupta tibeate doluptas maximax imusto temque magnim sunt, odissi nonsern atempor eptur, quid mostest doluptasit, quam, estis que voloreria corporrore vel iusciust, vellabo. Nam as nosam fuga. Ehent velisquatem. Et od utemquis unt velit evendis et omniaep.

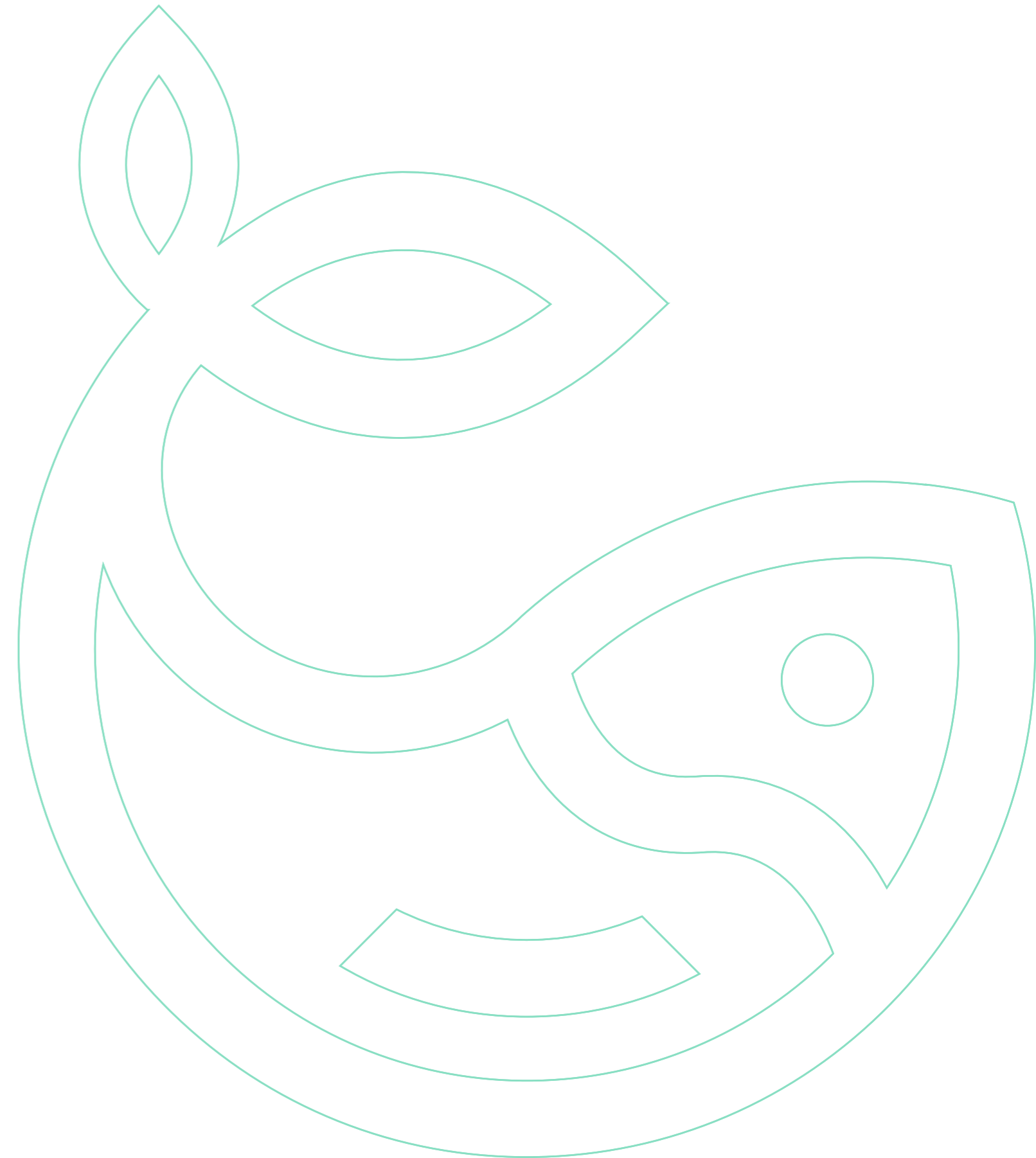
Keine Neigung
Linksbündiger Flattersatz
zulässige Schriftfarben in HEX:
#929292 #027368 #ffffff



Designkonzept **06.**



Bildwelt und Formsprache





Bildsprache und Look.



Um einen einheitlichen Bild-Look zu generieren, wurde ein extra Preset für Adobe Lightroom erstellt, welches bei der Verwendung von Bildern im Zusammenhang mit dem "Finow" Corporate Design genutzt wird. Die abgerundeten Ecken der Bilder sollen den organischen Aspekt und Nachhaltigkeit widerspiegeln.



Download des Finow Lightroom Presets







Formsprache. abgerundete Ecken.



Um die abgerundeten Ecken und den organischen Aspekt der Wortmarke aus dem Logo aufzugreifen, werden beim Einsatz von Formen und Bildern, abgerundete Ecken eingesetzt. Die Größe der abgerundeten Ecken beträgt 8 mm, oder im Digital- und Webbereich 30px.





Designkonzept **07.**



Außenwerbung





Außenwerbung
Foodtruck.





Finow Foodtruck auf lokalen Festivals und Veranstaltungen.

Ein Foodtruck ist eine gute Möglichkeit neue Kunden zu gewinnen und Leute auf die Brand "Finow" aufmerksam zu machen. Durch die auffällige Folierung lenkt der Foodtruck die Aufmerksamkeit auf sich. Im Foodtruck werden leckere und einzigartige Gerichte aus dem Gemüse- und dem Fischsortiment von "Finow" zubereitet und auf lokalen Veranstaltungen oder Festivals verkauft. Dadurch erreicht man eine breite Masse an potenziellen Kunden und hinterlässt einen bleibenden Eindruck.



Außenwerbung
Fahrzeugfolierung.



Folierung
Folierung
Folierung





Finow Flotte einheitliches und auffälliges Design



Durch das auffällige einheitliche Design aller Firmenfahrzeuge erhält man ein stimmiges Bild und generiert einen sehr hohen Wiedererkennungswert. Eine gut gestaltete und einheitliche Fahrzeugfolierung vermittelt dem Betrachter ein Gefühl von Professionalität und Vertrauen. Dies erhöht natürlich auch die Chancen aus dem Betrachter einen potenziellen Kunden zu machen und dient damit sehr gut als Außenwerbung für "Finow".



Plakate, Banner und Billboards.

Außenwerbung die auffällt.



Diese Werbemittel sind in der Lage, eine breite Zielgruppe zu erreichen, und werden oft an mehreren öffentlichen Orten angebracht, sodass sie ein großes Publikum erreichen können. Durch plakative und einprägsame Slogans, soll der Betrachter schnell verstehen worum es geht und warum er die Produkte von "Finow" kaufen sollte.





Ziele der Außenwerbung.



**Plakativität,
Auffälligkeit und hoher
Wiedererkennungswert.**



Designkonzept **08.**



Packaging





Etiketten aus recyceltem Naturpapier.



Die Etiketten der Konserven und das Verpackungsmaterial der Kräuter und Gemüse, besteht zu 100% aus recyceltem Naturpapier, um die Produktverpackungen so nachhaltig wie möglich zu gestalten.



Wir unterstützen lokale Künstler und Künstlerinnen.



Um lokalen Künstlern und Künstlerinnen eine Plattform zur Ausstellung Ihrer Kunst zu bieten, platzieren wir deren Kunstwerke regelmäßig auf unseren Produktdesigns. Der auf der Ober- und Unterseite platzierte QR-Code gibt dem Kunden mehr Informationen über den Künstler und das abgedruckte Kunstwerk. Zudem erhält der Kunde die Möglichkeit dem Künstler eine kleine Spende zu hinterlassen.





Stoffbeutel aus recyceltem Ozeanmüll.



Für Neukunden gibt es zum ersten Einkauf im Hofladen, oder bei der ersten Click und Collect Bestellung im Online-Shop, eine kostenlose Stofftüte aus recyceltem Ozeanmüll. Diese ist natürlich wiederverwendbar und soll dazu beitragen den Müll, welcher durch Plastik- oder Papiertüten entsteht, zu reduzieren.



Kochbuch mit Rezepten für jeden Monat.



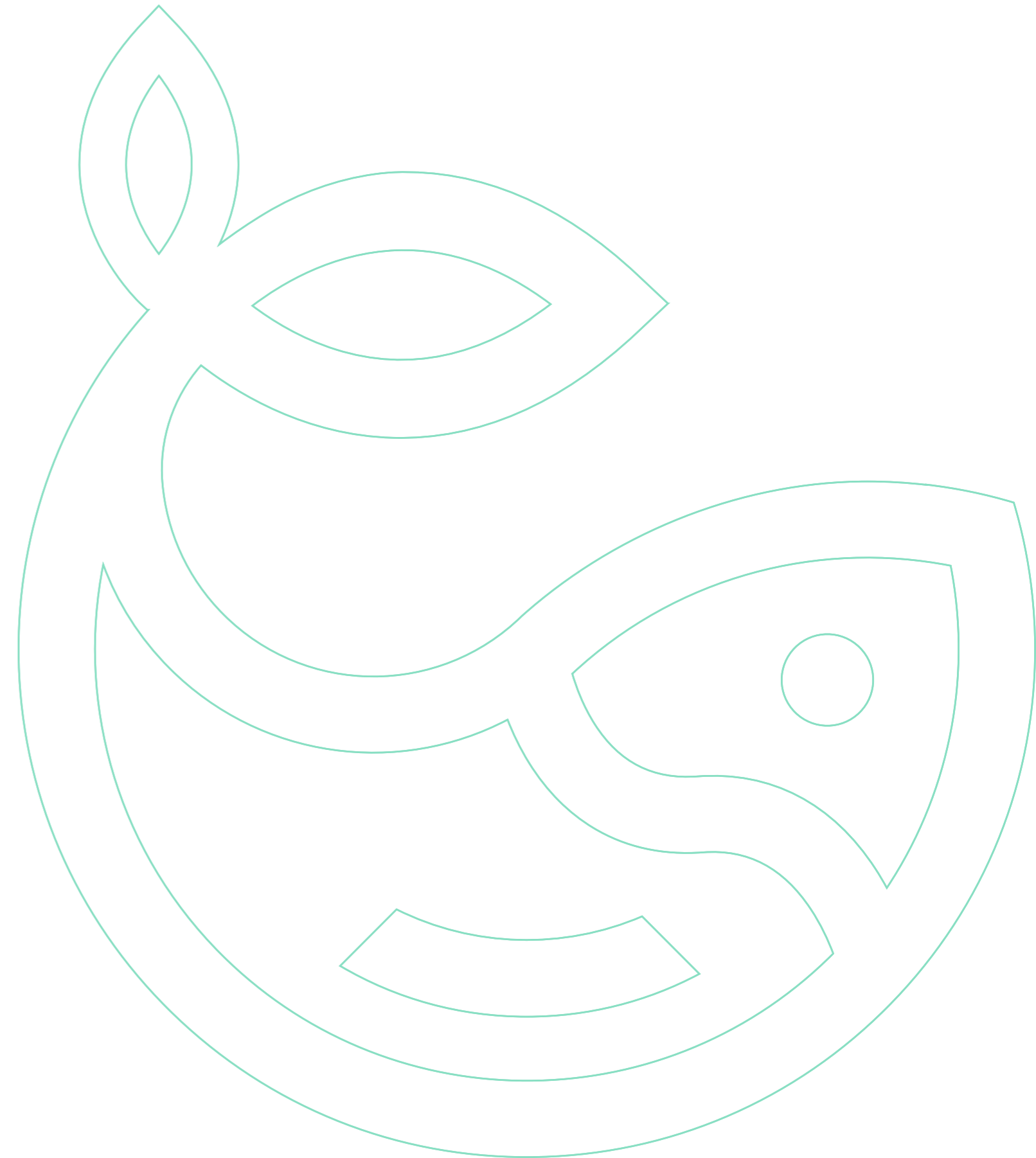
Die heißbegehrten monatlichen Rezeptempfehlungen in gebundener Form, für alle die ihre Rezepte lieber in analoger Form sammeln. Der Preis von 3,49 € für das Kochbuch deckt lediglich die Produktionskosten des Kochbuches und soll nicht zum Profit dienen. Die digitale Version der Rezeptsammlung ist kostenlos auf der Website verfügbar.



Designkonzept **09.**



Website



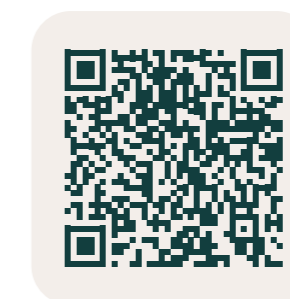


Screenesign Website und Click & Collect Service.

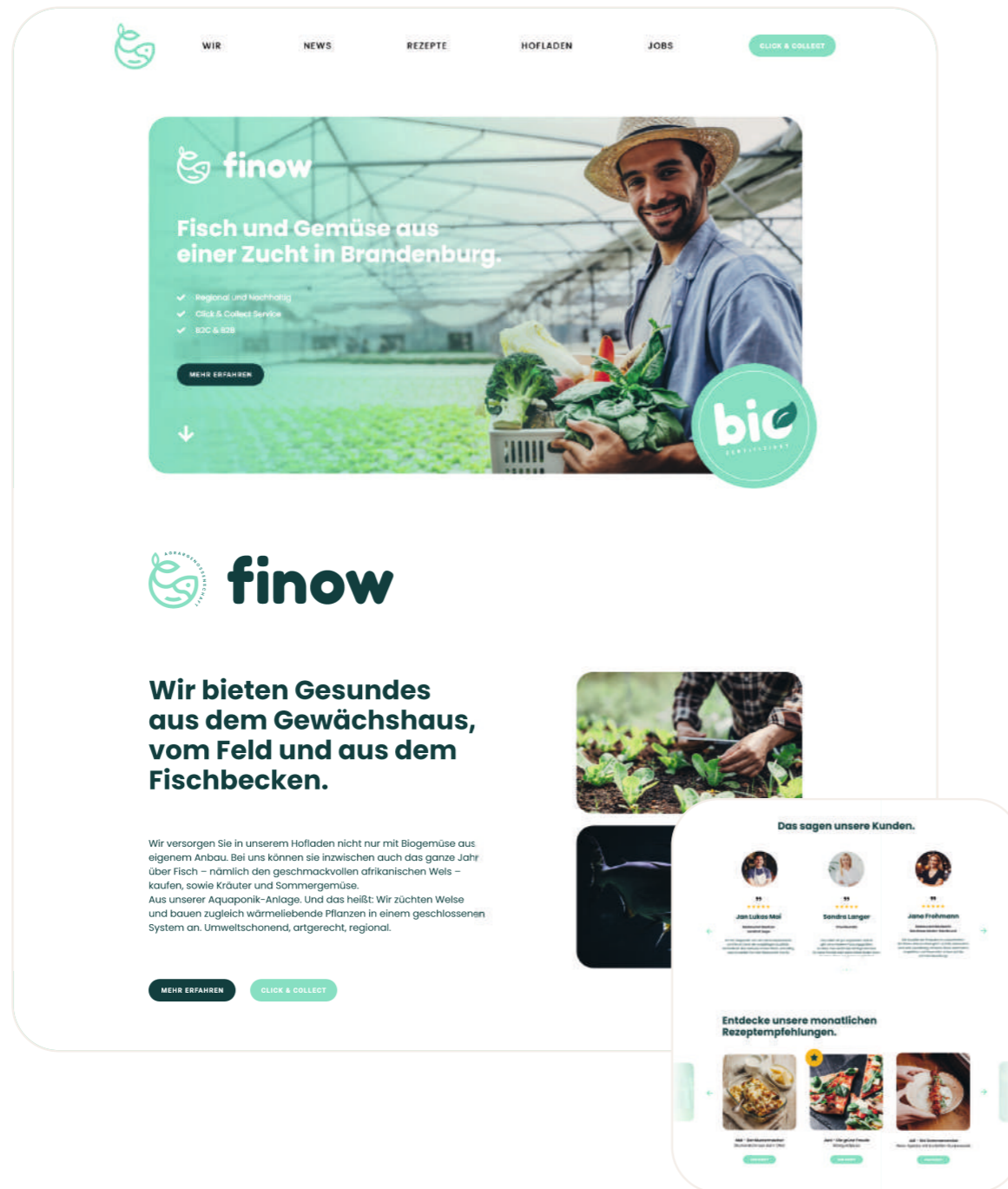


Eine Website ist heutzutage nicht mehr wegzudenken, da er eine einfache und effektive Möglichkeit bietet, mit potenziellen Kunden und Interessenten in Kontakt zu treten. Außerdem kann ein guter Internetauftritt dazu beitragen, die Bekanntheit eines Unternehmens zu steigern und eine größere Reichweite an Menschen zu erreichen. Ein Internetauftritt bietet auch eine vielseitige Plattform, auf der das Unternehmen seine Produkte oder Dienstleistungen bewerben und präsentieren kann.

QR-Code scannen, um den Prototyp anzusehen.



Diese Prototyp Ansicht, ist für die Ansicht auf einem Desktop Gerät optimiert.



Startseite kompakt und informativ.


Auf der Startseite, welche auch als Landingpage fungieren kann, findet der User allgemeine Informationen zu allen Kategorien und Unterseiten der Website. Mit Hilfe der Navigation oder Buttons hat der Nutzer dann die Möglichkeit zur entsprechenden Unterseite zu springen und mehr zum jeweiligen Thema zu erfahren. Zusätzlich werden auf der Startseite Testimonials aus dem B2B und B2C Bereich gezeigt, um dem Nutzer Vertrauen zu vermitteln. Ein zusätzlicher Trust-Faktor ist die Implementierung von Google-Bewertungen. Außerdem wird auf der Startseite, durch Bio-Siegel auf das Thema Nachhaltigkeit aufmerksam gemacht. Ein ebenfalls sehr wichtiges Element ist die Möglichkeit, Kontakt mit dem Unternehmen aufnehmen zu können. Diese Möglichkeit wird durch eine auf vielen Unterseiten wiederkehrende Kontakt-Section geboten.



Wir – Unterseite Alle Informationen zur Tätigkeit des Betriebs.





Auf dieser Unterseite erhält der User alle wichtigen Informationen zur Finow Agrargenossenschaft. Zudem enthält diese Seite ein Informationsvideo und eine Grafik zur Erklärung von Aquaponik, dem Geschäftsfeld von Finow.


finow

Wir bieten Gesundes aus dem Gewächshaus, vom Feld und aus dem Fischbecken.

Wir versorgen Sie in unserem Hofladen nicht nur mit BioGemüse aus eigenem Anbau. Bei uns können sie inzwischen auch das ganze Jahr über Fisch – nämlich den geschmackvollen afrikanischen Wels – kaufen, sowie Kräuter und Sommergemüse. Aus unserer Aquaponik-Anlage. Und das heißt: Wir züchten Welse und bauen zugleich wärmeliebende Pflanzen in einem geschlossenen System an. Umweltschonend, artgerecht, regional.






Aquaponik auf höchstem Level.


Unser System besteht aus einem Aquarium, in dem die Welse gehalten werden, und einem Hydroponik-Bereich, in dem die Pflanzen angebaut werden. Diese beiden Bereiche sind durch einen Kreislauf verbunden, in dem die Fische Ausscheidungen produzieren, die als Dünger für die Pflanzen dienen. Das Wasser wird dann gereinigt und dem Aquarium wieder zugeführt, wobei ein sicherer Ökosystemzyklus entsteht.

Um eine hohe Qualität der Produkte zu gewährleisten, wird die Anlage regelmäßig gereinigt, gepflegt und überwacht. Unter anderem werden Filter, Leitungen, Pumpsysteme und ein computergesteuertes Bewässerungssystem verwendet, um ein optimales Wachstum der Fische und Pflanzen zu ermöglichen.




Unser Fokus? Nachhaltigkeit.


Wir haben uns verpflichtet, unseren Kunden nur qualitativ hochwertige Produkte zu liefern, die unter Berücksichtigung der Umwelt und der Tiere produziert werden. Wir sind stolz darauf, dass wir unsere Produkte regional und saisonal anbieten können. Wir sind stolz darauf, dass wir unsere Produkte regional und saisonal anbieten können.



Wir sind ein zertifizierter Bio-Lebensmittelbetrieb.



Aquaponik? Einfach erklärt!





News - Unterseite

Ein Newsblog mit regelmäßigen Updates.

Neben den Social Media Accounts von Finow, gibt es natürlich auch die Möglichkeit mit Hilfe des Newsblogs auf dem laufenden zu bleiben, nichts zu verpassen. Zusätzlich wird ein Newsletter angeboten, welcher ebenfalls Neuigkeiten, aber auch exklusive Angebote und Rabatte liefert und somit einen Anreiz für den User schafft.




Rezepte – Unterseite

Sammlung an monatlichen Rezepten.



Auf dieser Unterseite findet man einzigartige Rezepte für jeden Monat eines Jahres. Mit Hilfe einer Timeline kann der User sich durch die verschiedenen Rezepte navigieren. Die Rezepte stehen dann zusätzlich noch als PDF-Download zur Verfügung. Ebenfalls wird auf dieser Seite, dass im Hofladen erhältliche Kochbuch beworben und erhält die Möglichkeit eigene Rezeptideen einzusenden.



Entdecke unsere Produktvielfalt vor Ort in unserem Hofladen.

Öffnungszeiten:


- Montag > 7 - 12 Uhr
- Dienstag > 7 - 12 Uhr
- Mittwoch > 7 - 12 Uhr
- Donnerstag > 15 - 18 Uhr
- Freitag > 7 - 12 Uhr
- Samstag > 7 - 12 Uhr

ANGEBOT ENTDECKEN


Click & Collect

Bestelle unsere Produkte einfach und bequem Online. Anschließend kannst du sie in unserem Hofladen abholen.


CLICK & COLLECT



Impressionen



Unser Hofladen in Liebe.



Hofladen - Unterseite

Alle Infos über den Laden und seine Produkte.

Auf dieser Seite erhält der Nutzer alle wichtigen Informationen, wie z.B. Öffnungszeiten, über den Hofladen und seine Produkte. Ebenfalls wird hier das Produktportfolio des Hofladens aufgezeigt. Da man Click & Collect Bestellungen im Laden abholt, wird dieser Service hier nochmals beworben.

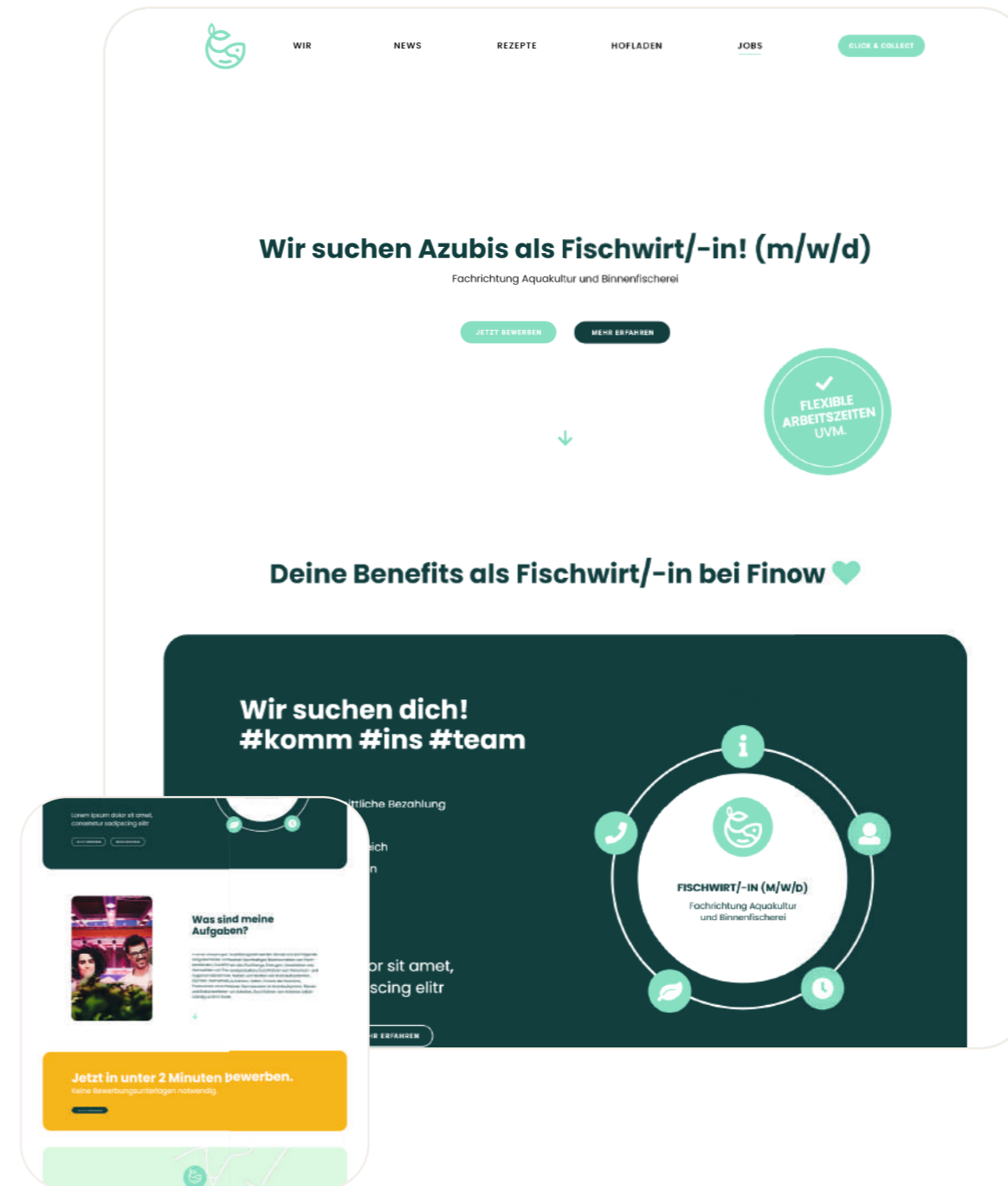


Jobs – Unterseite

Stellenangebote und Informationen dazu.



Hier finden potenzielle Bewerber und Interessenten alle wichtigen Informationen und Benefits im Bezug auf die ausgeschriebene Stelle. Durch einen Klick auf den Button "Jetzt bewerben" gelangt der User auf einen Click Funnel (mehr Informationen folgen im Bereich Social Recruiting) und kann sich dort innerhalb von nur zwei Minuten für den Job bewerben.





Responsives Screendesign



In der heutigen Zeit ist es essenziell, dass ein Screendesign auf vielen verschiedenen Endgeräten, nicht nur gut aussieht, sondern auch seine usability beibehält. Hierfür wurde das Screendesign vor allem auch für die Ansicht auf mobilen Geräten optimiert, um eine gute User Experience bieten zu können.



Click & Collect in nur 5 Schritten.

- 1.** *Im ersten Schritt hat der Kunde die Möglichkeit mit Hilfe eines "Toggle Switchs" auszuwählen, ob er als Privatkunde (B2B) oder Geschäftskunde (B2C) ordern möchte. Diese Auswahl ist sehr wichtig, da sich die Mindestabnahmemengen und Preise der Produkte nach dieser vorher getroffenen Auswahl richten. Zudem erhalten die B2B Kunden die optionale Möglichkeit, sich die Produkte gegen Aufpreis liefern zu lassen.*
- 2.** *Im zweiten Schritt hat der Kunde dann die Möglichkeit die gewünschten Produkte zu wählen und zum Warenkorb hinzuzufügen. Das Layout ist stark an klassischen E-Commerce Online-Shops orientiert, um eine optimale usability zu bieten. So kann der Kunde, mit Hilfe von Kategorien, nach Produkten filtern oder in der "Search Bar" gezielt nach Produktnamen suchen.*
- 3.** *Im nächsten Schritt kann der Kunde ein gewünschtes Abholdatum seiner Produkte festlegen. Dieses Datum muss mindestens 6h in der Zukunft liegen, damit Finow die Bestellung rechtzeitig zur Abholung vorbereiten kann.*

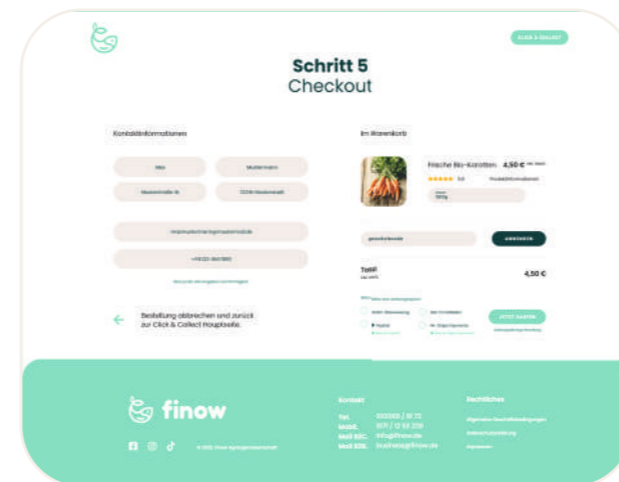




4. In Schritt Nummer vier werden die Kontaktinformationen des Kunden abgefragt, damit die Bestellung zugeordnet werden kann und man ggfs. mit dem Kunden in Kontakt treten kann. Dabei werden nur die nötigsten Informationen abgefragt.

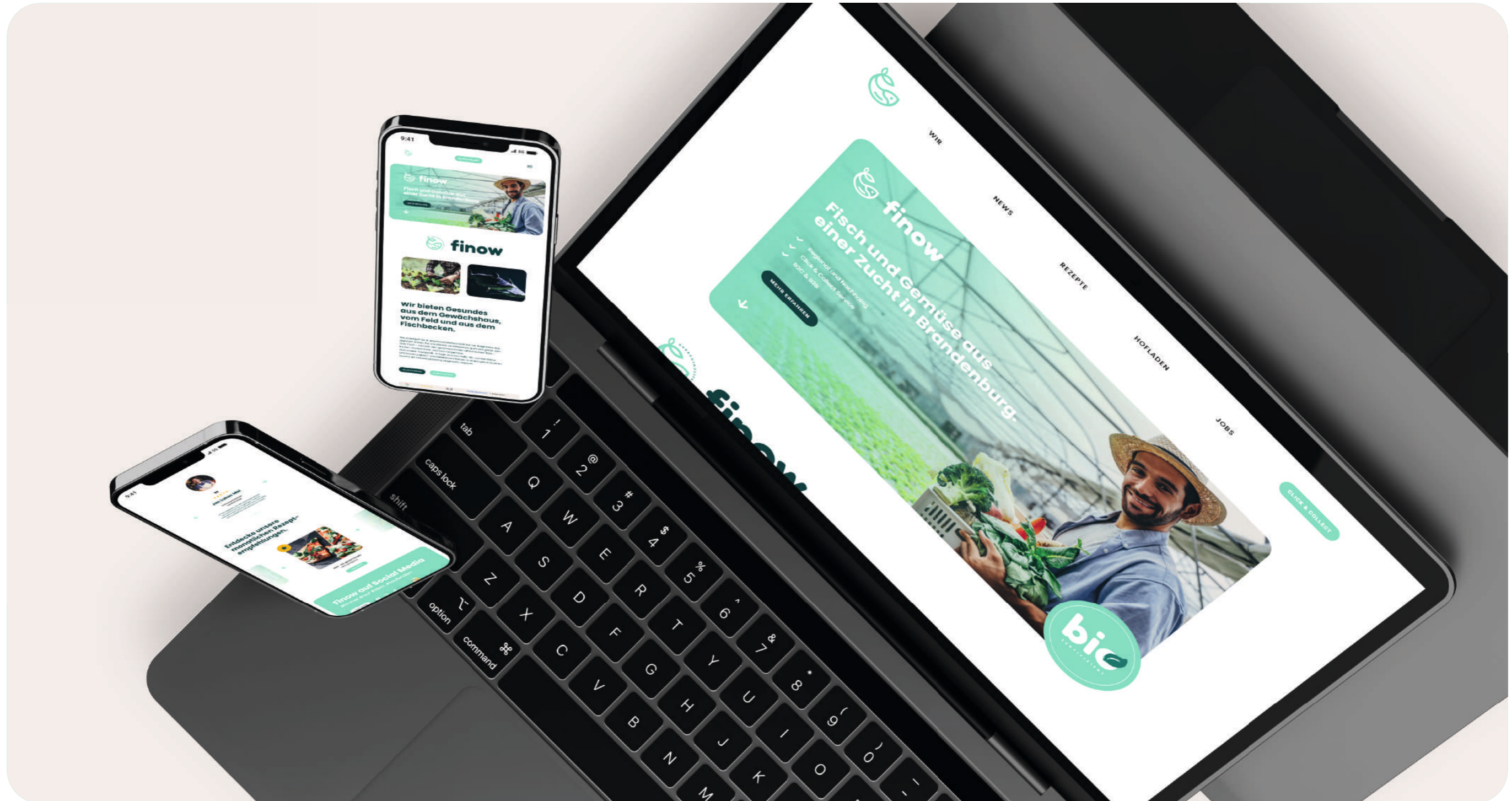


5. Zuletzt wird man zu einer Checkout Seite weitergeleitet. Dort erhält man eine Zusammenfassung seiner Bestellung und kann anschließend zwischen vier verschiedenen Zahlungsmethoden auswählen. So kann man entweder direkt im Online-Shop bezahlen oder Bar bei Abholung seiner Bestellung.



✓ Nach dem Checkout-Prozess erhält man eine Bestätigung des Abholungstermins und den Hinweis, dass alle wichtigen Informationen und Details zur Bestellung per E-Mail versendet wurden.







Designkonzept **10.**



Social Recruiting





Social Recruiting um Auszubildende zu finden.



Social Recruiting ist eine klasse Möglichkeit, um Mitarbeiter und Auszubildende für ein Unternehmen zu finden. Mit vergleichsweise wenig Budget erreicht man gezielt eine große Gruppe an potenziellen Interessenten am gesuchten Beruf. Durch die Möglichkeit auf Social Media eine Zielgruppe genauestens zu definieren und anschließend diese gezielt mit Werbung/ Stellenanzeigen bespielen zu können, stellt Social Recruiting bisherige Mittel zur Ausschreibung von Stellen in den Schatten.



Wie funktioniert Social Recruiting?

- 1.** *Es werden sogenannte Social Recruiting Clips erstellt, welche die wesentlichen Fragen rund um den Beruf und die Benefits, die der Beruf mit sich bringt, aufzeigt. Gerne nutzt man hierfür auch Testimonials.*
- 2.** *Die erstellten Social Recruiting Clips werden anschließend primär auf Facebook und Instagram ausgespielt. Optional besteht auch die Möglichkeit die Clips auch, auf der neuen Trendplattform "TikTok" oder anderen sozialen Medien auszuspielen.*
- 3.** *Sieht ein Nutzer die Stellenanzeige, hat er die Möglichkeit, bei Interesse, auf die Schaltfläche "Jetzt bewerben" zu klicken oder zu tippen. Anschließend wird der Nutzer auf einen sogenannten Click Funnel weitergeleitet, welcher kurz und knapp Informationen über den Bewerber erfragt. Am Ende des Funnels hat der Nutzer die Möglichkeit, seine persönlichen Daten anzugeben und die Bewerbung abzusenden. Dieser Click Funnel ist extrem nutzerfreundlich und intuitiv aufgebaut und ermöglicht es dem Bewerber, sich innerhalb von nur zwei Minuten für die Stelle zu bewerben.*
- 4.** *Alle Bewerbungen, die durch den Click Funnel eingehen, werden in einer Excel Tabelle zusammengefasst.*



Social Recruiting Clip Variante 1 Aufbau.

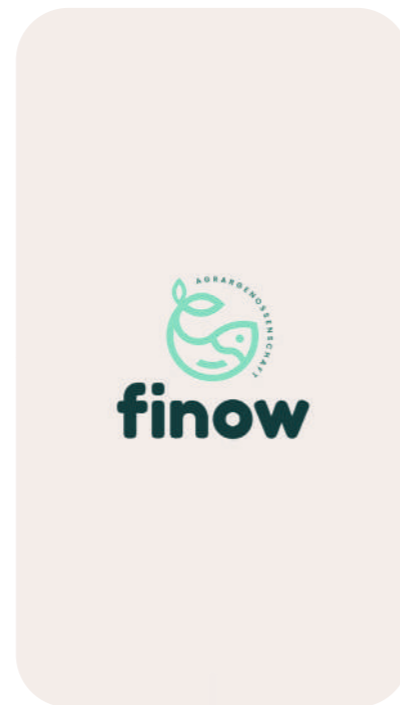
Aufmerksamkeit generieren



0 sek.

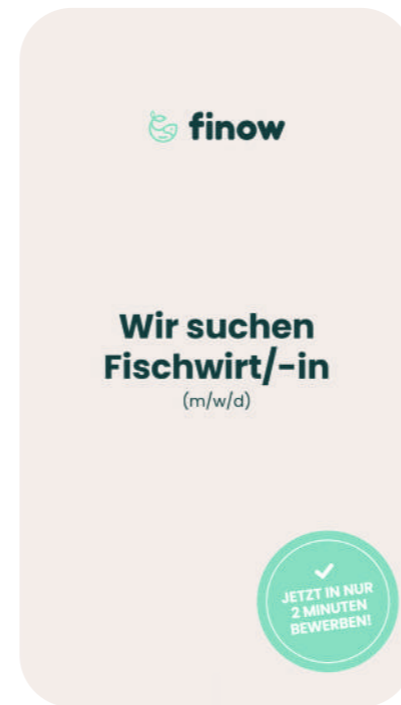
2 sek.

Wer sucht Azubis?
Finow



3 sek.

Was wird gesucht?
+ Störer



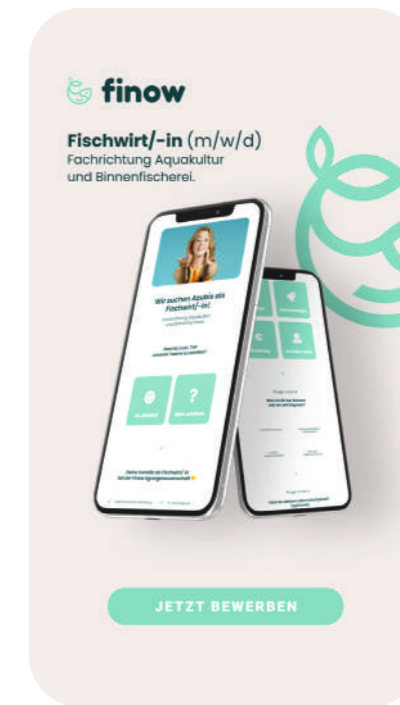
5 sek.

Aufzählung der
Top Benefits



7 sek.

Summary
mit Call to Action



15 sek.



Social Recruiting

Clip Variante 2

Aufbau.

Aufmerksamkeit generieren + Logo



1 sek.

Was wird gesucht? + Störer



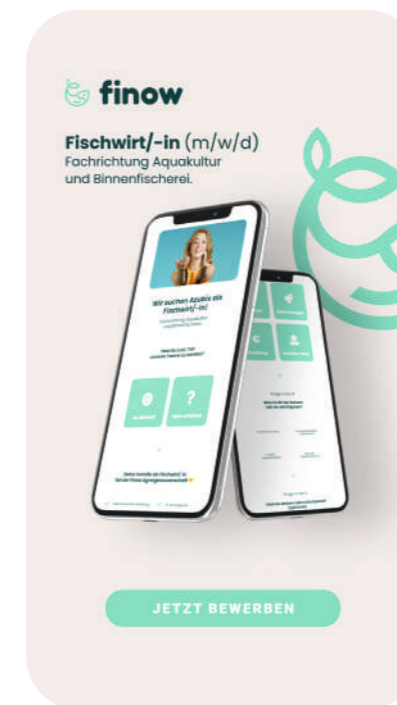
3 sek.

Aufzählung der Top Benefits



7 sek.

Summary mit Call to Action



11 sek.

0 sek.

15 sek.



Jetzt ansehen

Clip Variante 1

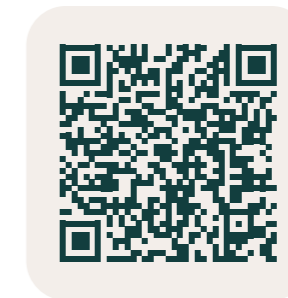
QR-Code scannen

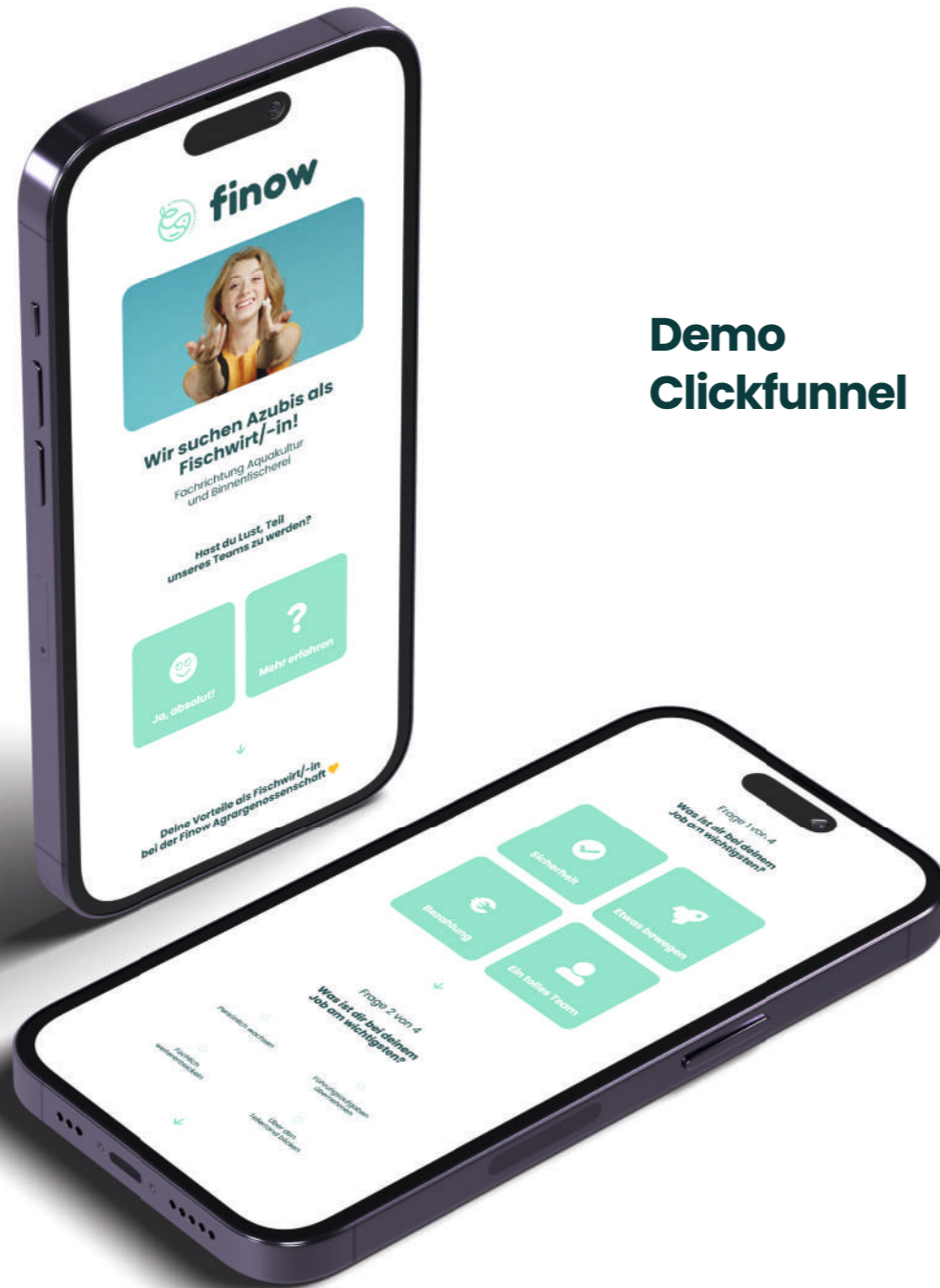


Jetzt ansehen

Clip Variante 2

QR-Code scannen





Demo Clickfunnel



Diese Prototyp Ansicht, ist für die Ansicht auf einem Desktop Gerät optimiert.



Designkonzept 11.



Quellen, Urheberrecht, etc.





Genutzte Programme zur Erstellung des Design-Konzepts.



Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe XD, Adobe After Effects und Adobe Premiere Pro.



Konzeption und Gestaltung



*Leon Henze
Varia Plus Werbeagentur
Oberndorf 48
95478 Kemnath*

Quelle für Mockups von Packaging, Smartphones und Laptops.



www.elements.envato.com

Bildquellen für Website-Content und Design-Konzept.



*www.unsplash.com
www.elements.envato.com*

Urheberrecht



Layout, Bilder und Gestaltung dieser Designkonzeption, sowieso enthaltene Informationen unterliegen dem Urheberrechtsgesetz. Das Kopieren ist nur mit schriftlicher Einverständniserklärung erlaubt.



**Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit.**



