

Positionierung

27 Design Lab

Innenarchitektur-Studio

27 Studio Lab ist ein Innenarchitekturbüro, das einzigartige Räume für Privatkunden und Geschäftspartner schafft. Wir erwecken die innere Welt und die Individualität unserer Kunden in der Inneneinrichtung zum Leben, egal ob es sich um einen persönlichen Raum oder eine Geschäftseinrichtung handelt. Wir sind darauf spezialisiert, funktionale, inspirierende und authentische Innenräume zu schaffen, die den hohen Ansprüchen von Privatpersonen und Unternehmen gerecht werden.



Fundament: Kernwerte

Personalisierung und Selbstdarstellung: Wir wissen, dass jedes Projekt einzigartig ist, egal ob es sich um die Einrichtung einer Privatwohnung, eines Büros, einer Bildungseinrichtung oder eines Restaurants handelt. Unsere Lösungen spiegeln sowohl die Persönlichkeit und die Ambitionen von Privatkunden als auch die strategischen Ziele und die Markenkommunikation von Geschäftskunden wider. Jedes Projekt von 27 Studio Lab ist eine maßgeschneiderte Lösung, die unseren Kunden hilft, ihre Ziele zu erreichen und ihre einzigartigen Ideen zu verwirklichen.

Inspiration und Kreativität: Wir schaffen Innenräume, die inspirieren, sei es für den privaten Gebrauch oder für kommerzielle Zwecke. Unsere Entwürfe motivieren zu neuen Leistungen und verbessern die Interaktion unserer Kunden mit ihrem Raum. Für Unternehmen bieten wir kreative Lösungen, die die Marke unterstreichen, eine einladende Atmosphäre schaffen und zu einem erfolgreichen Betrieb beitragen.

Ehrlichkeit und Integrität: Wir verpflichten uns zu Ehrlichkeit und Transparenz bei jedem Projekt. Unsere Innenräume werden mit Respekt vor der Vision des Kunden und mit höchster Qualität der Ausführung gestaltet. Wir stellen sicher, dass jedes Projekt entsprechend den Erwartungen und Bedürfnissen des Kunden, sei es ein Privatkunde oder ein Geschäftspartner, abgeschlossen wird.

Alleinstellungsmerkmal (USP):

27 Studio Lab bietet einzigartige Designlösungen, die perfekt zur inneren Welt und den strategischen Zielen unserer Kunden passen. Wir schaffen Innenräume, die das Leben, die Kreativität und den Geschäftserfolg inspirieren.

Zielpublikum:

Privatkunden: Menschen, die einen einzigartigen und inspirierenden Lebensraum schaffen wollen, der ihre Persönlichkeit und ihren Stil widerspiegelt.

B2B-Kunden:

- **Bauträger:** Unternehmen, die an der Gestaltung attraktiver und funktionaler Innenräume für Wohn- und Gewerbeimmobilien interessiert sind.
- **Private Schulgründer:** Organisationen, die Bildungsräume schaffen wollen, die das Lernen und die Entwicklung fördern.
- **Café- und Restaurantbesitzer:** Unternehmen, die ein einzigartiges Design benötigen, das ihre Marke hervorhebt und Kunden anzieht.

Käuferpersona: Anna Müller



Name: Anna Müller

Alter: 38 Jahre

Geschlecht: Weiblich

Familienstand: Verheiratet, zwei Kinder

Beruf: Marketingmanagerin

Bildungsniveau: Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Marketing

Wohnort: Hamburg, Deutschland

Einkommen: Oberes Mittelklasse-Einkommen

Wohnsituation: Eigentumswohnung in einem modernen Stadthaus

Interessen: Kunst, Architektur, Innenarchitektur, Reisen, Yoga, Gourmetküche

Werte: Familie, Ästhetik, Nachhaltigkeit, Innovation

Lebensstil: Anna legt großen Wert auf ein stilvolles und komfortables Zuhause. Sie sucht nach einem harmonischen Gleichgewicht zwischen beruflichem Erfolg und privatem Wohlbefinden.

Online-Verhalten: Anna ist aktiv auf sozialen Medien, besonders auf Instagram und Pinterest, wo sie Inspirationen für Mode, Kunst und Innenarchitektur sucht. Sie liest regelmäßig Blogs und Online-Magazine zu Lifestyle und Design.

Kaufgewohnheiten: Sie bevorzugt hochwertige und langlebige Produkte und ist bereit, in Qualität zu investieren. Anna ist loyal gegenüber Marken, die ihre Werte teilen, und sie schätzt einen exzellenten Kundenservice.

Ziele:

- **Persönlich:** Ein schönes und funktionales Zuhause schaffen, das ihre Persönlichkeit und ihren Lebensstil widerspiegelt.
- **Beruflich:** Erfolgreiche Projekte im Marketingbereich leiten und ihr Team inspirieren.

Kaufmotive:

- **Äußere Bedürfnisse:** Wunsch nach einem professionellen und einzigartigen Interieur für ihr Zuhause, das sowohl funktional als auch ästhetisch ansprechend ist.
- **Persönliche Bedürfnisse:** Ein Raum, der ihr und ihrer Familie Komfort und Zufriedenheit bietet und ihren persönlichen Stil zum Ausdruck bringt.

Technologieeinsatz: Anna nutzt Technologien, um sich über neue Trends zu informieren und Inspiration zu sammeln. Sie bevorzugt Online-Beratungen und Visualisierungen, um Designkonzepte besser zu verstehen.

Online-Präsenz:

- Am häufigsten zu finden auf: Instagram, Pinterest, Facebook, Design-Blogs, Online-Magazine
- Genutzte Geräte: Smartphone (meistens tagsüber), Tablet (abends für längere Lesesessions), Laptop (beruflich und für detaillierte Recherchen)

Anna ist eine anspruchsvolle Kundin, die den Wert von gutem Design versteht und nach einem Partner sucht, der ihre Visionen in die Realität umsetzen kann. Sie schätzt personalisierte Dienstleistungen und eine klare, ehrliche Kommunikation.

27 Design Lab

Innenarchitektur-Studio

Tonfall und Markenstimme: Der Tonfall ist professionell und inspirierend. Wir können eine warme, freundliche und fachkundige Stimme verwenden, um Vertrauen aufzubauen und Spitzenleistungen zu betonen.

Slogan

„27 Studio Lab: Ihre innere Welt in jedem Detail“

„27 Studio Lab: Innenräume, die Sie zum Leben und Schaffen inspirieren“

„27 Studio Lab: Die Kunst, sich durch den Raum auszudrücken“

„27 Studio Lab: Wo Ihre Träume zu Design werden“



“We create designs that Speak: about the inner world of a client, the shades of his personality, worldview, ambitions, outcomes of his journey and the facets that he has discovered within himself. The interior is a continuation of the owner's spirit, embodied in matter. So our main goal in every project is to manifest this fully, truthfully, and without distortion.

We create interiors where one wants to Create, to Live, and to Be”.

Farbschema

Primärfarben sind **“Ultra Black”** und **“Bright White”** im Logo, und folgende Farben in den sozialen Medien.



Primärfarben



Sekundärfarben



Akzentfarben



CONTACT

I'm a paragraph. Click here to add your own text and edit me. It's easy. Just click "Edit Text" or double click me to add your own content and make changes to the font.

info@mysite.com
123-456-7890



First Name

Last Name

Email *

Subject

Leave us a message...

SUBMIT

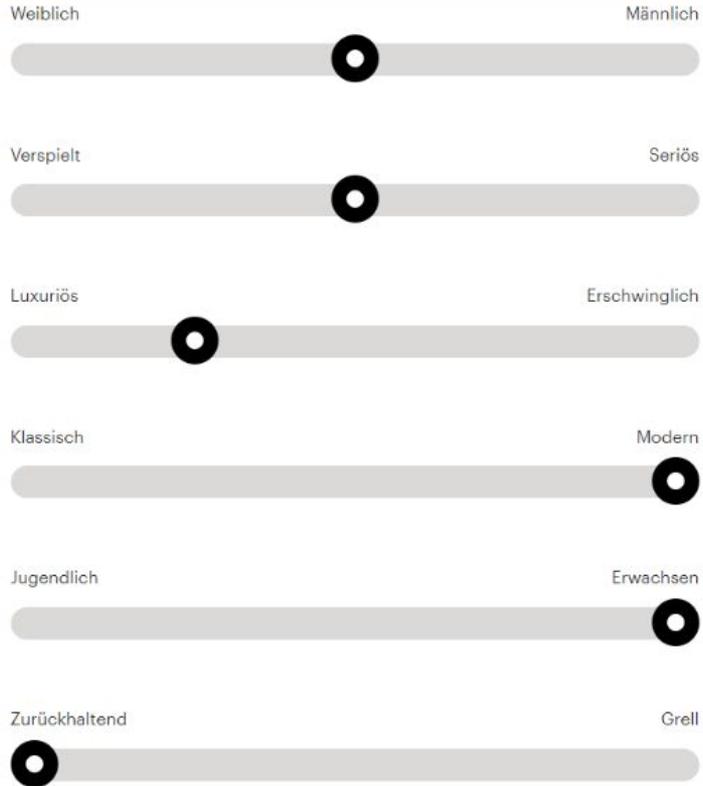
LET'S CHAT!

Schriftarten:
Überschriften und Textabschnitte

TRAJAN PRO REG...

Lagu Sans Regular

Logo:

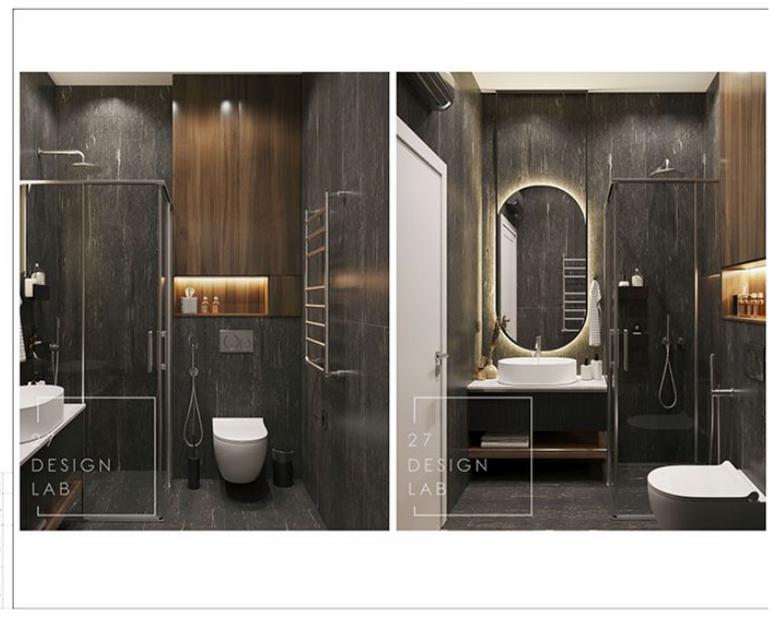
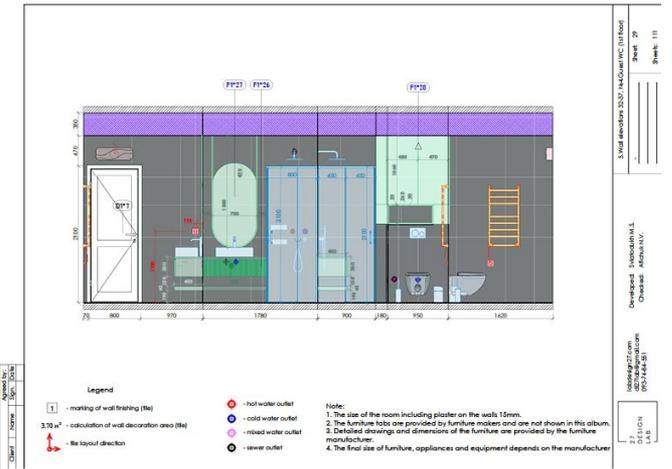
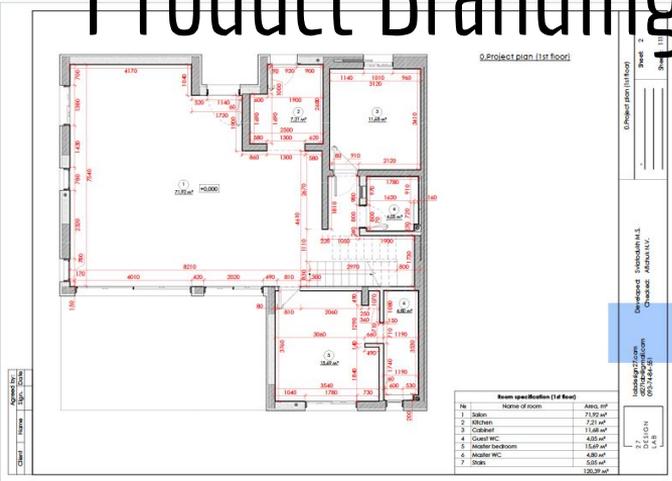


Trommelwirbel...

Schwarz

Ihre primäre Logofarbe ist Schwarz. Sie wird mit Macht und Eleganz assoziiert. Sie wollen schick, modern und luxuriös auftreten? Dann ist Schwarz genau die richtige Farbe für Sie. Sie ist laut, kraftvoll und auch ein wenig geheimnisvoll – und kann manchmal auch einschüchternd und unnahbar erscheinen.

Product Branding:



27 Studio Lab ist ein Innenarchitekturbüro, das umfassende und maßgeschneiderte Lösungen für Privat- und Geschäftskunden anbietet. Wir schaffen Räume, die inspirieren und den einzigartigen Bedürfnissen jedes Kunden gerecht werden, sei es für den persönlichen Gebrauch oder für gewerbliche Zwecke.

Branding-/Marketingstrategie:

Fokus auf Emotionen	Emotionale Botschaft:	Anwendungsbeispiel:
Staunen und Inspirieren	Innenräume schaffen, die einem den Atem rauben und inspirieren. Dazu gehört die Freude am Anblick einzigartiger und schöner Räume, die ihre Besitzer und Besucher überraschen und begeistern.	Bilder und Projektberichte, die exquisite Innenräume zeigen, die beim Betrachter den Wunsch wecken, in solchen Räumen zu leben, zu arbeiten oder zu entspannen.
Gemütlichkeit und Komfort	Ein Gefühl von Wärme und Behaglichkeit, das durch ein sorgfältig durchdachtes Design erzeugt wird. Es ist ein Gefühl der Ruhe und Entspannung in einem Interieur, das ideal zum Leben oder Arbeiten ist.	Werbekampagnen und Inhalte, die aufzeigen, wie Design zu einer gemütlichen Atmosphäre und Lebensqualität beiträgt.
Vertrauen und Zuversicht	Vertrauen in die Professionalität und Zuverlässigkeit des Studios. Eine Emotion der Gelassenheit, die mit dem Vertrauen in Experten verbunden ist, die in der Lage sind, jede Idee, die der Kunde im Kopf hat, umzusetzen.	Kundenstimmen, Demonstration von Arbeitsabläufen und Betonung der Professionalität des Teams, Qualitätssicherung.
Einzigartigkeit und Selbstdarstellung	Das Vergnügen, einen einzigartigen und personalisierten Raum zu haben. Das ist das Gefühl, dass die Einrichtung die Persönlichkeit des Kunden oder die Marke des Unternehmens perfekt widerspiegelt und eine einzigartige Atmosphäre schafft.	Geschichten und Beispiele, in denen Innenräume die persönlichen Geschichten und den Charakter der Kunden widerspiegeln, zeigen, wie Design personalisiert werden kann.
Kreativität und Neuartigkeit	Aufregung und Freude an innovativen und kreativen Lösungen. Es ist eine Emotion, die mit einem Gefühl der Neuheit und Originalität verbunden ist, wenn Kunden frische und unkonventionelle Ideen im Design sehen.	Präsentation innovativer Projekte, unerwarteter Lösungen und kühner Designexperimente.
Zugehörigkeit und Identität	Ein Gefühl der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kultur, einem bestimmten Stil oder einer bestimmten Gemeinschaft durch Innenarchitektur. Es ist ein Gefühl, dass der Raum zu dem spricht, was Sie sind und was Ihnen wichtig ist.	Präsentation von Innenräumen, die die kulturellen Merkmale, den Lebensstil oder die Philosophie eines Kunden oder Unternehmens widerspiegeln.

Branding-Weg: **Geschichten-Branding** und **Company-Branding**

Geschichten-Branding: Wir werden Geschichten zu jedem Projekt kreieren und erzählen, die zeigen, wie unsere Innenräume die einzigartigen Geschichten und Persönlichkeiten unserer Kunden widerspiegeln, und so eine emotionale Verbindung zu unserem Publikum herstellen.

Company-Branding: Wir werden die Werte und die Philosophie von 27 Studio Lab aktiv fördern, indem wir unsere Professionalität, unsere Liebe zum Detail und unser Engagement für Personalisierung zeigen, um Vertrauen aufzubauen und uns als Experten für Innenarchitektur zu positionieren.

Synergie der Ansätze: Wir werden die persönlichen Geschichten unserer Kunden und die einzigartigen Eigenschaften unseres Unternehmens in ein kohärentes Ganzes integrieren und ein starkes und einprägsames Markenimage schaffen, das sowohl Privatkunden als auch Geschäftspartner anspricht.

Unter Berücksichtigung der Positionierung und der Werte sollten die **Schlüsselwörter** sowohl die einzigartigen Qualitäten als auch die Reichweite des Studios widerspiegeln. Eine Liste von Schlüsselwörtern und Phrasen, die das Wesen und das Angebot der Marke effektiv vermitteln können:

Individuelles Design

Design für Unternehmen

Selbstdarstellung durch Innenräume

Authentische Dekoration

Inspirierende Innenräume

Gestaltung von Restaurants und Cafés

Raumästhetik

Funktionelle Lösungen

Modernes Interieur

Stil und Komfort

Raumplanung

Kreative Lösungen

Trend-Innenräume

Hochwertige Leistung

Design für Bauträger

Personalisierte Innenräume

Innovatives Design

Design, das die Persönlichkeit widerspiegelt

Kundenorientiertes Design

Wohn- und Geschäftsräume

Innenräume für Leben und Geschäft

Einen einzigartigen Raum schaffen

Professionelle Innenarchitektur

Vertriebskanäle:

1. Social-Media

Instagram - regelmäßige Posts,
Werbung

Facebook - regelmäßige Posts,
Community aufzubauen

YouTube -
Dienstleistungsvorstellungen,
Case Studies, Erklärvideos.

2. Blog Content

Erstellung umfangreicher, um
Expertise zu zeigen Blogartikel,
SEO-Optimierung, GoogleAds.



Beispiel für Anzeigen auf Instagram (Trailer)

https://www.instagram.com/reel/C-F0WqQIkVT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



27
DESIGN
LAB

Strategie bei Kritik / schlechter Presse

- A. **Berechtigte Kritik:** Wir nehmen berechtigte Kritik ernst und sehen sie als Möglichkeit zur Verbesserung. Wir antworten professionell und konstruktiv, um Lösungen zu finden.
- B. **Hass-Kommentare / Beleidigung:** Wir tolerieren keine Beleidigungen und Hasskommentare. Solche Beiträge werden ignoriert oder moderiert, um ein respektvolles Umfeld zu gewährleisten.
- C. **Shitstorm:** Wir reagieren schnell und transparent, um Missverständnisse zu klären und die Situation zu beruhigen. Gleichzeitig nutzen wir die Gelegenheit, unsere Position zu erklären und mit der Community ins Gespräch zu kommen.

Danke
für Ihre Aufmerksamkeit!