

Der GoYa! Kreativtest.

Der GoYa! Kreativtest ist als Alternative zu den üblichen Anschreiben sowie als kleine Orientierung gedacht. Er soll Dir einen ersten Vorgeschmack geben, welche Aufgaben Dich bei GoYa! erwarten könnten – und zum anderen soll er uns etwas über Dich und Deine Art zu denken und zu fühlen verraten. Vor allem aber soll er Dir Spaß machen!

Beantworte die Fragen bitte kurz und intuitiv.

Es gibt kein Richtig oder Falsch. Es geht um Deine Kreativität und um die Frage: Passen wir gut zusammen? Also, traue Dich, denke anders und gebe Dich nicht mit zweitbesten Standardlösungen zufrieden. Denn: Die Mutigen leben vielleicht nicht ewig, aber die Vorsichtigen leben gar nicht.

Und jetzt wünschen wir Dir viel Spaß beim Beantworten unserer fünf Fragen!!

Aufgabe 01.

Zum Einstieg: Was ist Deine Lieblingsmarke? Warum? Und was verbindest Du mit ihr?

Und ganz allgemein gefragt:

- _ Was ist eine Marke?
- _ Wozu dient eine Marke?
- _ Was ist eine Markenstrategie?

Aufgabe 02.

Wähle drei bis fünf Wörter, die nach Deinem Gefühl am besten zu Deiner Persönlichkeit passen.

Überlege dabei nicht lange, sondern entscheide Dich spontan und intuitiv!

Flexibilität – Träumen – Autonomie – Arbeitsbiene – Schokofan – Natur – Schlaumeier – Risikofreude – Mut – Individualismus – lebendiger Kontrapunkt – Ordnung – Familie – Leichtigkeit – Kreativität – Witzekobold – Liebe – Freiheitskämpfer – Stolz – Kaffejunkie – Sicherheit – Neugier – Fuchs – Impulsivität – Siegeswille – Disziplin – Gourmet – Qualität – Freundschaft – Fantasie – Geselligkeit – Löwe – Abwechslung – Outdoor – Logik – Treue – stilles Wasser – Heiterkeit – Glamour – Ehre – Kämpfer – Anführer – Zuverlässig – Begeisterung – Jetsetter – Bücherwurm – Entschlossenheit – Leidenschaft

GoYa!

Die Markenagentur

TURNING BRANDS

INTO MAGIC.

www.goya.eu

Aufgabe 03.

In der Werbung immer wieder gern gesehen: Prominente als Testimonials. Aber leider passen Testimonial und Marke nicht immer wirklich gut zusammen. Umso unpassender, dass sich Dein Kunde ausgerechnet Lady Gaga in den Kopf gesetzt hat, um sie für die Einführungskampagne eines neuen Automodells zu engagieren. Die Kundenberatung kann es dem Kunden nicht mehr ausreden – die Verträge mit Lady Gaga sind schon unter Dach und Fach. Jetzt bist Du gefragt!

Schreibe zum Beispiel einen TV-Spot oder gestalte eine Anzeige, die Lady Gaga und das neue BMW Auto so selbstverständlich zusammenbringen wie die Klitschko-Brüder und die Milchschnitte.

Aufgabe 04.

Das Jahr 2016. Die Werbebranche hat die Bahnhöfe für sich nun vollends entdeckt. Zwischen den Durchsagen: „Der ICE 4356 von Köln nach Zürich verspätet sich um 50 Minuten.“ und „Der RE 2692 nach Stuttgart fährt heute vom Gleis 5.“ werden nun meist langweilige Werbedurchsagen geschaltet.

Bis jetzt! Denn jetzt schreibst Du eine Durchsage, die aufmerksamkeitsstark, weil kreativ ist. Für welche Marke oder welche Aktion, das kannst Du Dir selbst ausdenken.

Aufgabe 05.

„Das geht gar nicht – diese Kampagne verkauft nicht.“, sagt der Kunde in seiner typisch saloppen Art, nachdem die Agentur ihm gerade die neue Kampagne für seine Marke präsentiert hat. „Das sehen wir anders.“, kontert der Berater in seiner direkten Art und erklärt im Folgenden, warum diese Kampagne auf die Marke des Kunden sehr gut einzahlt und funktioniert.

Hier also Deine Aufgabe.

Begründe an einem selbstgewählten Beispiel, warum diese Kampagne sowohl unter markenstrategischen als auch unter kreativen Gesichtspunkten wirksam ist. Nenne bitte den zentralen Gedanken der Kampagne (z.B.: Wir sind die Besten) und begründe Deine Ausführungen anhand von drei bis fünf Kriterien, nach denen sich Deiner Meinung nach Kampagnen professionell bewerten lassen.

Bitte sende mir Deine Antworten per E-Mail an: roland.albrecht@goya.eu.

Ich freue mich auf Deine Ideen.

Roland Albrecht