

Portfolio

EVA CHAPUY

Workshopreihe

FÜR WEN

Ritter Sport • Neue Bunte SchokoWelten • Neues Flagship Stores Konzept, welches die Marke Ritter Sport erlebbar machen soll.

WAS

Erneuerung der Vision der Neuen Bunten SchokoWelten. Unterstützung bei der Suche nach einer neuen Leitidee.

WIE

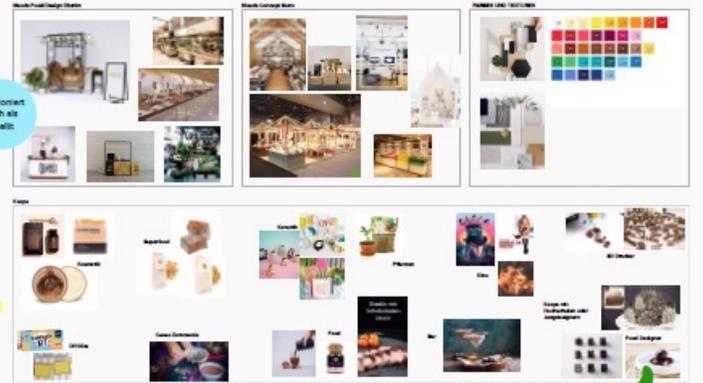
Gestaltung & Moderation eines dreiteiligen hybriden Kreativworkshops mit Hilfe von digitalen Tools wie Mural Collaborationboards, Brainstorming- und Writing und Visual Recording.

GRUPPE 3

KONZEPT-PLAKAT



MOOD BOARD



GRUPPE 5



Social Media Konzept

FÜR WEN

Deutscher Jazzpreis 2021 • Musikpreis der erstmalig von der Staatsministerin Monika Grütters vergeben wurde (Kunde: Initiative Musik, Agentur: VATERBLUT)

WAS

Konzeptionelle Ausarbeitung, Erstellung eines Redaktionsplanes und und Betreuung der Social Media Kanäle (@deutscherjazzpreis) für die hybride Veranstaltung mit Live-Streams aus vier Standorten.

WIE

Entwicklung von Tonalität sowie Social Media Konzept, zur gezielten Veranstaltung und Aufbau einer langfristigen Community durch: Hashtag-Recherche, Teaser-Kampagne, Multiplikator:innen-Marketing, Live-Dokumentation des Events und Nachbereitung.



Kurs-Konzept

FÜR WEN

„Appetit auf den Beruf“ – Das digitale Coachingprogramm für Betriebe im Lebensmittelhandwerk

WAS

Konzeption und Umsetzung des Kursinhaltes
„Personalbindung – Mitarbeiter:innen führen“

WIE

Gestaltung verschiedener inhaltlicher Elemente wie eines Tests zur Einschätzung der eigenen Führungskompetenzen und Verschriftlichung von Handlungsempfehlungen für die Führung der neuen Generation

The screenshot shows the website 'Appetit auf den Beruf' with a dark teal header and footer. The main content area is light teal. The page title is 'Personalbindung'. The main heading is 'Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen führen'. Below it is a paragraph of text. To the right is a white box with the heading 'Das erwartet Sie in diesem Kurs' and a list of five bullet points. At the bottom of the main content area is an orange button that says 'JETZT LOSLEGEN'. The footer contains the website logo and navigation links: 'Startseite', 'Das Projekt', 'Kurse', 'Kontakt', and an Instagram icon.

Appetit auf den Beruf

Startseite Das Projekt Kurse Kontakt

Personalbindung

Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen führen

Jeder Betrieb möchte die besten Fachkräfte gewinnen und diese auch langfristig im Unternehmen halten. Das geschieht auch durch adäquate Führung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Dieser Kurs soll Aufschluss über den eigenen Führungsstil geben und Handlungsempfehlungen für die Führung der neuen Generation an die Hand geben.

JETZT LOSLEGEN

Das erwartet Sie in diesem Kurs

- > **Der Cheftest**
- > **Die Führungsstile der verschiedenen Generationen**
- > **Handlungsempfehlungen für die Führung der neuen Generation**
- > **Regelmäßige Personalgespräche**
- > **Wertschätzende Maßnahmen**
- > **Perspektiven vermitteln**

Appetit auf den Beruf

Startseite Das Projekt Kurse Kontakt

Handlungsempfehlungen für die Führung der neuen Generation

Jeder buhlt um die Nachwuchskräfte von morgen. Die neue Generation ist sich ihrer Rolle auf dem Arbeitsmarkt bewusst. Dadurch ist auch die Erwartungshaltung der Auszubildenden gegenüber den Arbeitgebern und Arbeitgeberinnen eine andere als noch vor Jahren. Die neue Generation erwartet eine individuelle Führung. Es gilt, die Stärken zu erkennen und die Auszubildenden und Fachkräfte zu motivieren.

👍 Tipp

Die WWW-Regel anwenden

Wahrnehmungen schildern: „Mir ist aufgefallen, dass ...“

Wirkung erläutern: „Das hat zur Folge, dass ...“

Wunsch formulieren: „Ich würde mir wünschen, dass...“

Erklärvideo

FÜR WEN

simpleshow Berlin – Verschiedenste Projekte, Beispiel:
Ökolandbau.de – Das Informationsportal, Kundenkontakt
und Produktion des Clips über simpleshow Berlin

WAS

Erklärvideo, das über die Verarbeitung von Bio-Produkten aufklärt

WIE

Entwicklung einer Story aus der Fleischproduktion von
Einkauf über Lagerung bis Verarbeitung; Erstellen des
Storyboards und Begleitung der Produktion des Clips.

Wie steige ich in die Verarbeitung von Bio-Produkten ein?



0:20 / 3:26

Wie steige ich in die Verarbeitung von Bio-Produkten ein?



2:32 / 3:26

Exponats-Konzept

FÜR WEN

Deutsche Telekom • CeBIT (Agentur: q-bus mediatektur GmbH)

WAS

Konzeption multimedialer Exponate für den Messestand der Deutschen Telekom, z.B. Beispielungskonzept auf der Basis von volltransparenten OLED-Displays

WIE

Die Displays funktionierten als digitales Schaufenster eines Pop-Up Stores und zeigten zum einen eine Animation der digitalen Customer Journey.



Textproben

EVA CHAPUY

Markenlaunch

FÜR WEN

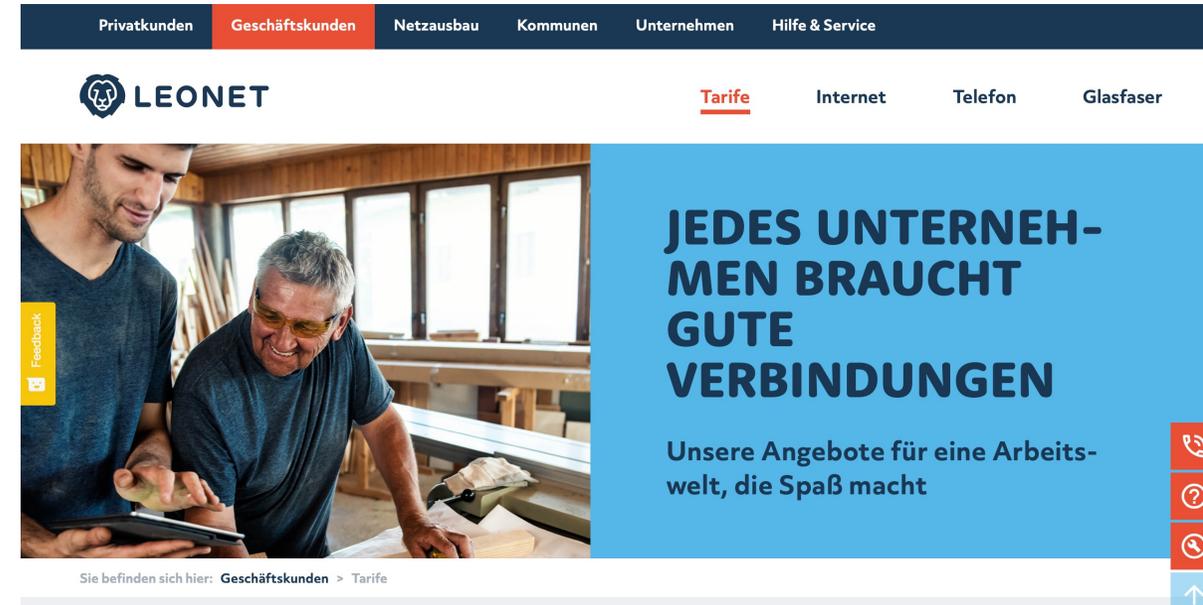
LEONET AG (ehemals amplus AG) im Auftrag der Agentur Trend Point Marketing

WAS

Verschiedenste Textproduktionen, Begleitung des Marken-Launches

WIE

Erstellen eines Brand Books inklusive Tonality Guide, SEO-optimierte Webseitentexte, Claimentwicklung, markenbezogenes Storytelling, Unterstützung der Vermarktungs-Kampagne



The screenshot shows the top navigation bar of the LEONET website with categories: Privatkunden, Geschäftskunden (highlighted), Netzausbau, Kommunen, Unternehmen, and Hilfe & Service. Below this is the LEONET logo and a secondary navigation bar with Tarife (highlighted), Internet, Telefon, and Glasfaser. The main banner features a photo of two men in a workshop looking at a tablet, with a 'Feedback' icon on the left. The text on the right reads: 'JEDES UNTERNEHMEN BRAUCHT GUTE VERBINDUNGEN' and 'Unsere Angebote für eine Arbeitswelt, die Spaß macht'. A breadcrumb trail at the bottom of the banner indicates 'Sie befinden sich hier: Geschäftskunden > Tarife'.



Wir sind klar.

Wir kennen unsere Zielgruppe und kommunizieren stets auf Augenhöhe. Unsere Aussagen formulieren wir verständlich, klar und informativ. Damit sorgen wir dafür, dass unsere Kundschaft alle Informationen bekommt, die sie benötigt.

Umfassende Informationen auf den Punkt

- ansprechend
- überzeugend
- gewissenhaft



Wir sind persönlich.

Wir verstehen die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden, weil wir selbst aus der Region kommen. Das bedeutet, dass wir uns in die Herausforderungen und (Zukunfts-)Wünsche unserer Kund*innen hineinversetzen und sie auf eine vertraute, warme und zugängliche Weise ansprechen.

Bedürfnisorientiert und nah am Menschen

- echt
- ehrlich
- nahbar



Wir sind modern.

Wir wissen, was erforderlich ist, um die digitale Zukunft zu gestalten. Wir kennen die Zukunftstrends und kommunizieren sie, ganz ohne Buzzwords. Wir strahlen Optimismus aus und gehen fröhlich mit Veränderungen um.

Zukunftsgewand und offen für Neues

- zeitgemäß
- relevant
- optimistisch

Leitartikel "The Flow"

FÜR WEN

Im Auftrag der Agentur kleiner & bold GmbH für das Mitarbeitermagazin „The Flow“

WAS

Leitartikel „Was kommt nach Zweitausendachtsam“

WIE

Themenrecherche, inhaltliche Konzeption und Textproduktion sowie Art Direktion der grafischen Umsetzung

Was kommt nach Zweitausendachtsam?

Unser Leben fühlt sich oft wie eine To-Do-Liste an. Wir wollen es allen recht machen, alles unter einen Hut bekommen. Das Wichtigste bleibt dabei oft auf der Strecke: wir selbst. Wenn wir gut zu uns selbst sind, sind wir im Gleichgewicht, fühlen uns gut und gesund. Im Jahre „Zweitausendachtsam“ ist Achtsamkeit zu einer Art Trend mit vielen Tipps und Techniken verkommen, die alle auf das Gleiche hinauszulaufen scheinen: nämlich, dass wir mehr Zeit brauchen. Zeit für Meditation, für Reflexion. Aber geht es nicht eher darum, die Dinge zu reduzieren, die einem nicht guttun und Verhalten zu vermeiden, das der eigenen psychischen oder seelischen Verfassung schadet? Das kostet meist keine Zeit, im Gegenteil. Wenn man beispielsweise nicht jeden Abend in Folge mit Freizeitaktivitäten füllt,

meist doch nur aus Angst, etwas zu verpassen, geht die Welt nicht unter – man hat aber im Zweifel ganz einfach Stressfaktoren verbannt. Achtsamkeit darf nicht zu einem zeitfressenden Hobby verkommen. Es sollte eher folgendem Dreiklang entsprechen: weniger machen, häufiger absagen, mehr verschieben. Bei diesem Gedanken schütteln viele innerlich mit dem Kopf und fragen sich: Wie soll das gehen? Ich habe doch eine Karriere zu verfolgen! Einen Ruf zu etablieren! Aber keine Sorge, man muss sich nicht zwischen Erfolg und Gesundheit entscheiden. Vielmehr muss man sich die Frage stellen, woran wir unseren Erfolg messen. Ist es das Einkommen, sind es die Verkaufszahlen? Oder ist es einfach die Tatsache, dass wir so leben und arbeiten können, wie wir uns wohl fühlen?