



"Marke sein" allein genügt nicht: Sie brauchen dieses eine Entscheidende mehr für Ihren wahren Erfolg



Grüß Gott {{ contact.ANREDE }} {{ contact.NAME }},

heute sind alle und ist alles irgendwie Marke – nicht nur Jeans und Schokolade, sondern auch Sperrholzplatten, Mietklohäuschen, Abschmiernippel ... Eh klar – "Marke" kommt ja auch von nichts anderem als von Markiert-Sein, also ein gewisses Profil zu haben. Aber was passiert, wenn das alle schon mehr oder weniger sind? Dann ist doch wieder Einheitsbrei angesagt, auch in Ihrer Branche. Oder wie sehen Sie das?

Wir arbeiten derzeit sehr intensiv mit einem großen Finanzdienstleister daran, dass er wieder sein eindeutiges, begehrenswertes Gesicht in der Menge aller Finanzdienstleister bekommt. Markenarbeit also. Und da sagt im Workshop mit dem Zukunftsteam der zuständige Vorstand, **dass es doch gar nicht nur um Marke geht, sondern um viel mehr**: Er nennt das, was heute zählt, die "Haltung" des Unternehmens. Damit hat er sowas von recht!

Mit seiner Haltung bezieht ein Unternehmen klar Position. Das braucht es heutzutage, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Haltung entsteht aus gelebten Werten (sofern man welche hat); und daraus, wie Sie Geschäfte machen und wozu Sie auf der einen Seite genauso bewusst "Nein!" sagen wie auf der anderen Seite "Ja!". Das bemerkt man, man spürt es, immer. Wie Sie im Unternehmensalltag dabei vorgehen, ist erfolgskritisch – auch für Sie.

Wenn Ihre Haltung stimmig und damit zeitgemäß WESENTlich ist, erzeugt sie Aufmerksamkeit. Die wollen alle. Und wenn die Aufmerksamkeit nachhaltig dazu führt, dass man sich näher mit Ihnen und Ihrem Angebot beschäftigt, haben Sie gewonnen. **Es führt zu etwas Kostbarem in einer Zeit, in der alle alles haben**: Relevanz. Damit kommen Sie schneller voran. Und Sie haben geplant mehr Erfolg. Und zwar langfristig.

Lesen Sie, **wie Sie mit Ihrer stimmigen Haltung Relevanz bekommen!**

Mit Ihrer Relevanz geplant Erfolg haben

Unterwegs in Kiew beim ukrainischen Marketing-Kongress, in Bad Ragaz die Moderation des Strategy Offsites der Rising Tide Foundation, in Leipzig mit dem Marken-Zukunftsteam von Bonnfinanz, in Langen mit dem Aufreger-Thema

"Aufmerksamkeit" bei der Deutschen Flugsicherung ... **Alle wollen Relevanz.**
[Wir reden drüber, wie Sie das auch schaffen!](#)

Ihnen viel Sinn & Gewinn mit Inspiration, die wirkt!

Mit markanten Grüßen, Ihr

Jon Christoph Berndt®

>> Positionierer >> Profilierer >> Voranbringer

PS: Ihr Relevanz-Workshop mit JCB - [für nachhaltige Motivation, die wirkt!](#)



Not only in Kiev: JCB, As International As You And Your Events

Your preferred keynote speaker and workshop facilitator has to do in English exactly what he does in German - **touch emotionally, stir up motivation, make people feel affected**: "Oh, he means me!" Sure, who else? Be on the safe side for your international sales meeting and your international customer event: JCB guarantees that it is 100% right, in English too. For example for Wolf Garten in Nemesvámos, Hungary, the European DIY association Fediyma EDRA in Diesneyland Paris, BMW Motorrad in Milan, Bauerfeind in Atlanta ... Get your first impressions [here](#) (keynote speech) and [here](#) (Workshop).

[Request now \(gern auch auf Deutsch\)](#)

Showreel English

50% sparen: "Wofür lebst Du?" Mein Online-Kurs, der Sie schneller voranbringt

Halbe Investition, doppelter Nutzen. So werden Sie zur profilierten Human Brand: Mit Ihrem klaren "Wofür" schneller an Ihr Karriereziel! Zu wissen, wofür Sie leben - und was Sie dafür tun, dass es wahr wird ... Mit dem Online-Kurs



bringen Sie Ihren Purpose auf den Punkt. [Schauen Sie kostenfrei rein!](#) Und mit dem Code "startnow" sparen Sie 50%.

Online-Kurs "Wofür lebst Du?"



Statement aus London: "Ihr Purpose ist Ihre Life Insurance"

Nicht länger plappern von "Agile", "Disruptive", "Industry Four Point Zero" ...! Stattdessen endlich das Richtige tun! **Für Ihre Herausstellung, so prägnant und sexy wie der Tower von Lloyds of London.** Die Wachleute in der Fenchurch Avenue waren zwar SEHR wachsam, aber ich habe mein Plädoyer für das **lebenswichtige "Wofür"** trotzdem direkt vor Ort gehalten. Es ist essenziell – auch für Sie und Ihre Firma. Dennoch vernachlässigen viele Unternehmen immer noch ganz brutal den **Erfolgsfaktor Nr. 1: den glasklar nachvollziehbaren Grund dafür, dass es sie gibt.** Und das unwiderstehliche Erlebarmachen für alle Sinne. Ich sage Ihnen [mehr dazu, live aus London.](#)

Und wie Sie, Ihr Vertrieb und Ihre Kunden davon profitieren, mache ich im [Keynote-Vortrag und im Impuls-Workshop "#todayfortomorrow"](#) kompromisslos deutlich.

Für Ihren Vertrieb, der nach Corona abgeht wie die Luzi



Ich bin so gut wie Sie mich finden

Sie wissen es auch: „Social Proof“ ist alles! Weil auch meine Marke immer das ist, was man hinter meinem Rücken über mich erzählt. **Was sagen Sie so über mich?** Sagen Sie es allen! Damit sich das auch für Sie auszahlt, schicken wir Ihnen [Ihr signiertes Exemplar des Longsellers „Benchmarken“](#) von Prof. Sven Henkel und mir. Dieser Klassiker bringt auf den Punkt, wie auch Sie mit Ihrem Unternehmen die

Aufmerksamkeit bekommen, die Sie verdienen. Er ist der 2. Band der inzwischen [4-teiligen Debattenbuch-Reihe von Henkel & Berndt](#).

Hier geht's lang:

[Zu JCB und Proven Expert](#)

Positionierungs-
schmerzen?



Da gibt's doch
was von ...
Henkel & Berndt!



Debattenbuch "Benchmarken": Wie Sie zum Maß aller Dinge für Ihre Kunden (und Ihre Wettbewerber) werden

1. der vordergründige Theoretiker Prof. Sven Henkel (EBS Universität / HSG St. Gallen); 2. der hintergründige Pragmatiker JCB. Zusammen sind sie Henkel & Berndt und steigen rein in die Maschinenräume vorausgehender Markenunternehmen: Easy Credit, Schramm Werkstätten, Kaldewei, Busch-Jaeger ... **Die Geheimrezepte starker Player, gelüftet für Sie** – zum Kopieren-Kopieren-Verbessern. Gleich bestellen und reinlesen! Ach ja: Henkel & Berndt sagen: **"B-to-B geht genauso wie B-to-C, kein Unterschied:** Auf der anderen Seite des Tisches sitzt immer ein Mensch, und der will berührt und erobert werden."

Ihr Weg zur Benchmark: 1. das [Buch](#); 2. das [Positionierungsprojekt](#), der [Workshop für den Vertrieb](#).

[Ihr Exemplar von "Benchmarken" kriegen Sie hier](#). Und signiert / in höherer Stückzahl zu interessanten Konditionen [per Mail](#).

[Zum Buch](#)

ARNOLD 
metalligent®

**Aus berufenem
Kundenmund**

*"Beim zweitägigen Markenevent hat
Herr Berndt den Spannungsbogen*



systematisch aufgebaut und Stunde für Stunde aufgeladen. Wir konnten so unsere 400 Kollegen emotional berühren und mit auf unsere ‚metalligente‘ Reise nehmen. Für mich eines der bewegendsten Erlebnisse in meiner 35-jährigen Tätigkeit.“
Uwe Arnold, Vorstandsvorsitzender



Rechtliche Informationen

Ihre Daten werden ausschließlich für den Versand von Informationen genutzt und nicht an Dritte weitergegeben.

[Datenschutzerklärung](#)

Kontakt

Jon Christoph Berndt

Corneliusstraße 10

80469 München

Germany

Telefon +49 89 2158186-0

Email [buero\(at\)jonchristophberndt.com](mailto:buero(at)jonchristophberndt.com)

Web www.jonchristophberndt.com

Impressum

Brandamazing GmbH

Geschäftsführer Jon Christoph Berndt

Amtsgericht München HRB 162472

UST-IdNr. DE249149191

[Impressum](#)

Verantwortlich für den Inhalt nach § 55 Abs. 2 RStV: Jon Christoph Berndt

[Useletter abbestellen](#)

© 2020 Brandamazing GmbH