



Tun Sie mehr Sägespäne in die Creme! Für gepflegten Umsatz, frei von schädlichem Rabatt



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

früher wollten alle alles haben; **heute haben alle alles**; und es gibt von allem viel zu viel. Jeder verkauft in volle Kleiderschränke, volle Hobbykeller, volle Wohnzimmer. (Und bei B-to-B und Dienstleistung ist das nicht anders ...)

Was man da alles tun kann:

1. Aufgeben und vom Markt gehen (und **lieber werktätlich Kaninchen züchten**)?
2. Aus dem "Black Friday" **gleich das "Black Year" machen** und alles noch billiger rausbauen (und irgendwann auch vom Markt gehen)?
3. Ein starkes Gefühl beim Käufer wecken (und so **auch morgen noch kraftvoll am Markt sein**)?

Ich sage: 3! Relevante Produkte entwickeln, sinn-voll wirtschaften, guten Umsatz und Gewinn machen. Und zwar so, dass alle was davon haben und Ihr **Purpöse** Gesellschaftsbeitrag spürbar ist: **Was tut Ihr Unternehmen dafür, dass es der Gesellschaft ein bisschen besser geht?** Vor allem, was tut es dafür bewusst alles nicht?

Ich komme frisch gecremt aus der Therme im Essener Grugapark. Da haben wir für den **"Haushaltscheck" im WDR Fernsehen** aufgedeckt, wie man eine komplett neue Zielgruppe mit total begehrlichen Produkten nur für sie erschließt: Die "Seinz"-Range bei dm, Handwaschpaste mit Sägemehl, Duschgel mit Bier ... Und, mein Highlight: **Motoröl für unter die Achseln!** Voll die Emanzipation von den jahrzehntelang verstoßen mitbenutzten Tiegeln der Frau. Das sitzt, und **Mann will das haben - und zahlt gern etwas mehr ...**

So geht Branding, das die Menschen berührt; den einen positiv, den anderen negativ. Nur wenigen ist es egal. **Konstruktiv polarisieren bleibt die wichtigste Voraussetzung für Erfolg beim Verkaufen**, frei von schädlichen Parabenen und **100%ig ohne schädlichen Rabatt.**

Erfahren Sie hier die **5 Erfolgsfaktoren**, wie Sie Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung auch dorthin bringen, wo es 1. die Menschen mit Relevanz berührt, 2. konstruktiv polarisiert, 3. guten Umsatz und Gewinn macht. Und Sie damit future-ready.

Ihre Marke unwiderstehlich machen

Derzeit sind wir zum Beispiel auch unterwegs bei und mit Union Investment, den Sauerstoffwerken Friedrichshafen, Zarges und der Deutschen Flugsicherung. **Entscheidender Zukunfts-Festiger ist überall dort genauso wie bei Ihnen die relevante Branding-Story und die begeisternde Vermittlung**, vor allem mit den Führungskräften und dem Vertrieb. Das sorgt für Ihre Berechtigung, auch morgen spurtstark am Markt zu sein, und für echte Motivation und Begeisterung. Wir sprechen drüber, wie das bei Ihnen gelingt (auch wenn Sie was ganz anderes machen als hammerharte Männer-Pflegeserien ☺). **[Was bewegt Sie in punkto Markenbildung & Begeisterung?](#)**

Ihnen viel Sinn & Gewinn mit Inspiration, die wirkt!

Mit markanten Grüßen, Ihr

Jon Christoph Berndt@
>> Positionierer >> Proflierer >> Voranbringer

PS: [Useletter ganz einfach weiterempfehlen](#) - an Ihre lieben Kollegen und Freunde!

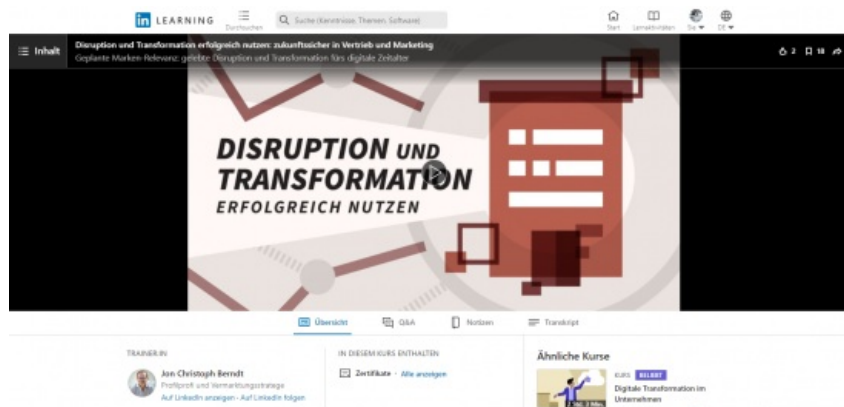


Im WDR Fernsehen: Marke lustvoll positionieren

Mit den so lässigen wie professionellen Finger-in-die-Wunden-Legern Yvonne Willicks und Daniel Aßmann macht der "Haushaltscheck" besonders viel Sinn. Und Spaß. Diese Woche dazu, **wie man starke Marken aufsetzt, coole Storys erzählt und satten Umsatz macht** - am Beispiel Kosmetik für den Mann im Mann. Ich hab' mich erst gut zu- und dann **die Erfolgsfaktoren ungebremst aufgedeckt**. Geht das auch mit Ihrer Firma und mit Ihren Produkten?

Zu JCB im WDR-Haushaltscheck (ab15'30")

Zu Ihrer Markenbildung mit Brandamazing



Top-Platzierung bei "LinkedIn Learning": Kurs für Ihre Zukunftssicherheit

Keine 4 Wochen live, schon unter den Top 10% und mit dem "Beliebt"-Siegel der User: [Mein Pod-Kurs "Disruption und Transformation erfolgreich nutzen"](#). Wie Sie in Ihrem Unternehmen auch endlich vom Reden ins Tun kommen und zu disruptiven Gestaltern werden - **und mit Ihrem gelebten "Wofür" über den Krisen-Schutzschild verfügen**.

Obacht: Das gibt's - maßgeschneidert - auch für Ihre Firma. Da ist JCB genauso individuell, interaktiv und humorvoll. [Wir sprechen drüber](#).

Digital-Vortrag & Workshop anfragen



Danke!

In der Tat, das Leben ist ein Auf & Ab: Wir freuen uns über ein (marken-)starkes Jahr und **bedanken uns bei Ihnen** als Kunde, Auftraggeberin, Coachee, Teilnehmerin, Leser, Kritikerin ... Und wir bedenken – auch in Ihrem Namen – Menschen, die nach einem arbeitsreichen Leben nicht genug zum Leben haben. Dabei liegt uns die **Seniorenhilfe Lichtblick besonders am Herzen**.

Bleiben Sie uns gewogen – wir hören, sehen, erleben uns!

Lichtblick auch bedenken



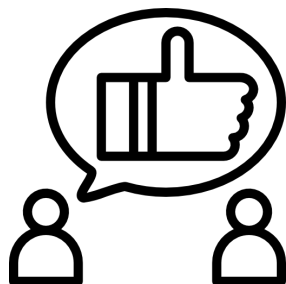
Aus berufenem Kundenmund

"Profilierung und Markenbildung werden in unserem Metier immer noch vernachlässigt. Auf unserer Management- und Aufsichtsratsstagung hat uns Herr Berndt augenöffnende Impulse geliefert – und gesagt, wie auch wir da noch mehr tun und mehr davon profitieren können. Klasse!"

Thomas Meyer, Vorstandsvorsitzender, Wertgrund



WERTGRUND



Useletter einfach empfehlen

Das schönste Kompliment ist die **Empfehlung**: Meine Newsletter auch für Ihre Lieblings-Kollegin und den besten Netzwerk-Freund. **Ganz einfach [hier](#)**.



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