



CEO-Deeptalk: Wahre TRÄNSFORMÄISCHN am Erfolgsbeispiel Edding // Machen ist wie wollen - nur krasser!



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

alle reden vom Wandel, gerade jetzt. Man könnt' glatt meinen, das sei der neue heiße Scheiß ☺. Dabei gab es Transformation schon immer! Genau wie **die Unsitte, sich hinter dem Bloß-Drüber-Reden galant zu verschanzen**; anstatt ENDLICH ins Tun zu kommen.

Wie "Tun" beispielhaft geht, macht Edding idealtypisch vor: Schon lange nicht mehr nur die Marker, sondern

1. rechtzeitig umgedacht und **anders gemacht**
2. sich neu erfunden und **wirklich innoviert**
3. gelebte Transformation **in der DNA verankert**.

Machen Sie das auch - **mit der Kraft Ihrer Positionierung und Ihres relevanten "Wofür"**. Und zwar kompromisslos und bevor es die Konkurrenz für Sie tut. Sonst gibt es **die Gefahr, dass man vom Markt geht** (und das ist mit "Wandel" nun wirklich nicht gemeint ...)!

In meinem **Gespräch mit Edding-CEO Per Ledermann** im Rahmen des "MarkenForums" von Union Investment wird glasklar deutlich: "Transformation bedeutet bei uns, **Prozesse und Produkte zu verändern** und **gleichzeitig das Wofür, die Werte, weiterzuführen und stabil zu halten**." Das sitzt! Da versteht jemand voll & ganz, dass **die Marken-Persönlichkeit als Basis für Transformation die Lebensversicherung des Unternehmens** ist.

Der Markenkern von Edding: "sich ausdrücken". So einfach, so klar, so auf- und ausbaustark. Auf dieser Basis führt der Weg von "nur Marker" hin zu

1. außerdem was für die **Wand**
2. außerdem was für die **Nägel**
3. außerdem was für die **Haut**.

Sie werden Augen machen, worum es sich dabei genau handelt: 100% aus dem Markenkern, 100% transformativ und zukunftsgerichtet, 100% Edding. [Lesen Sie die ganze Edding-Transformation-Story](#) (und ohne Clickbaiting). Und lesen Sie, **wie Sie das auch schaffen**:

- die neuralgischen **Notwendigkeiten erkennen**
- die **Marken-Positionierung als Basis für den Wandel** nehmen
- so **strategisch wie konsequent vorangehen**
- **alle Mitarbeitenden mitnehmen**.

Der Erfolg bei Edding laut Per Ledermann: "Es gibt eine neue Kontinuität beim Thema Ausdruckskraft und Sich-Ausdrücken." Und vor allem **neue Produkte, die konsequent aus der Marke kommen, hochbegehrt sind und das gute Wachstum und die guten Umsätze für die Zukunft sichern**. (Und, ja, das geht genauso gut in B-to-B!)

Markante Transformation endlich anpacken

JCB auf vielen Bühnen, in vielen Projekten. Derzeit neben Union Investment z.B. für Zarges, Rotary, Feldhoff & Cie., den CEO eines börsennotierten Unternehmens ... Das tut sich bei mir. Was tut sich bei Ihnen in punkto transformatives Future-ready-Sein? [Wir reden drüber!](#)

Ihnen viel Sinn & Gewinn mit Inspiration, die wirkt!

Mit markanten Grüßen, Ihr

Jon Christoph Berndt@
>> Positionierer >> Profilerer >> Voranbringer

PS: Den **ganzen Edding-Transformation-Case** gibt's - neben vielen anderen - im **Debattenbuch "Future-ready!"** [Hier bekommen](#)



Interaktiv, spurtstark, voll auf die 12

Wie funktionieren **Motivation und Aktivierung Ihrer Mitarbeitenden und Kunden** eindrucksvoll und mit Nachbrenneffekt? Wie bei JCB mit Union Investment und Edding - bloß ganz anders. Weil Sie bestimmt ganz andere Herausforderungen und Fragezeichen haben. **Bei mir gibt's nix von der Stange** (bei Ihnen ja auch nicht); stattdessen **das knackige Erstgespräch**. Es ist kostenlos, aber nicht umsonst.

Wir wollen auch echtes Empowerment!

Wir wollen auch Transformation MACHEN!



München
"Sichtbar sein" & Hilti // Mitarbeitende digital begeistern mit JCB

Videos: So markant wie Hilti sein - das kannst Du auch!

Der Bohrmeißel von Hilti ist viel mehr als nur ein Werkzeug: extrem begehrt und gern geklaut, das Lebensgefühl auf der Profi-Baustelle. **Genauso klar positioniert** - mit dem unwiderstehlichen Pull-Effekt - kannst **Du als starke Personal Brand** auch sein! **Und Eure Mitarbeitenden im Vertrieb**. Empowerment mit Vorsprung: **Die Erfolgsfaktoren siehst Du in den Human Branding Videos** mit Hilti und den anderen starken Marken. Und **was Du konkret davon hast und Ihr davon habt!**

Maßgeschneiderte Empowerment-Programme für Euch, **digital & vor Ort**. Da ist JCB genauso individuell & plakativ, tiefgründig & humorvoll. [Wir sprechen drüber](#).

Zu den Personal Branding Marken-Videos



Aus berufenem Kundenmund

*"Ich habe den [Online-Kurs „Wofür lebst Du?“](#) im Nachgang zum [Human Branding Buch](#) gekauft: absolut sinnvolle Ergänzung. Er veranschaulicht viele weitere Elemente meines Personal Branding und bringt neue Aspekte. Kurs und Buch sind ein **unschlagbares Doppel im Human Branding.**"*

Thomas Schmitt, Managing Partner, Insight International Management Consultants

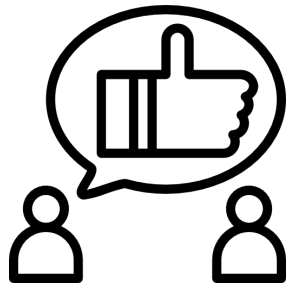
Personal Branding Online-Kurs "Wofür lebst Du?"



Buchstark: Relevanz bringt Ihnen Aufmerksamkeit

Mit Empfehlungen bin ich zurückhaltend – doch diese muss sein: Mein geschätzter Kollege René Borbonus sagt: **"Relevanz ist eine Grundvoraussetzung für Aufmerksamkeit."** Und ich sage: Stimmt! Weil nur markante und damit relevante Unternehmen und Menschen **die Aufmerksamkeit kriegen, die sie verdienen.** Irrelevant durcheinander gebrüllt ("Klick mich!"; "Kauf 3, zahl' 2!") wird nämlich schon genug. Machen Sie es besser, eben relevant! Hier steht, wie's geht.

"Relevanz" bestellen ohne Amazon



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](#)

© 2021 Brandamazing GmbH