



Monika Bylitzka

Ist dankbar für 20 Jahre Praxiserfahrungen auf den Gebieten Vertrieb, Wertpapiermanagement, Personalführung und Coaching bei einer deutschen Großbank.

Ihre Arbeitsweise: Herzlich, aber zielgerichtet mit dem Gespür für Außerordentliches.

Ihr Motto: Mensch gewinnt Mensch

Durch ihre langjährige Erfahrung im Neuromarketing hat sie ein feines Gespür für Trends ebenso wie für nachhaltig gedachte Markenpositionierung. Sie bringt Unternehmensziele und -werte strukturiert auf den Punkt und übersetzt sie in ein tragfähiges Marketing Konzept.



Kompetent. Unkompliziert. Lebendig.



RP Digital GmbH
Zülpicher Str. 10
40549 Düsseldorf
www.rp-digital-services.de

Markenworkshop



Geben Sie Ihrem Markenprofil eine unverwechselbare Identität

Konzeptionell · Nachhaltig · Strategisch

Führen Sie Ihre Marke in die Zukunft

Stellen Sie sich vor, die Erde öffnet sich und verschlingt alles, was Sie sich bisher aufgebaut haben:

Ihr Unternehmen, Ihre Kunden, Ihre Kontakte. Sie stehen vor dem Nichts. Doch plötzlich und unerwartet blinken Gedanken auf, die dem Denken frische Leichtigkeit schenken und neue Ideen fördern.

Sie schärfen Ihre Positionierung und entwickeln Ideen, die Ihre Unternehmensmarke sichtbar, eigenständig und erlebbar machen. Sie definieren Ihre Unternehmerpersönlichkeit und Ihre Unternehmensziele nicht mehr aus der Summe der Erfahrungen, sondern formen die Zukunft neu.



Durchdacht.



Innovativ.



Nachhaltig.

Die besten Ergebnisse entstehen im Dialog. Sind Sie bereit, den Unterschied zu machen?



Wie wäre es, wenn Sie sich einen Tag mutig von Ihren unternehmerischen Denkmodellen lösen, um die Zukunft Ihrer Unternehmermarke aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten? Entdecken Sie, für welche Werte Ihre Marke steht und konzentrieren Sie sich auf die strategische Entwicklung Ihrer Markenidentität.

Finden Sie heraus, wie Sie außerhalb der Standards mit Persönlichkeit und Design punkten. Denn Kunden möchten heute lieber unterhalten als informiert werden.

Haben Sie den Mut, schon heute anders zu wirken als Ihre Mitbewerber.



Einzigartig.



Effektiv.



Überzeugend.

Der Fahrplan zu Ihrer Markenpositionierung

Inhalte

- **Eine Kundenbeziehung aufbauen:**
 - So schaffen Sie Vertrauen
 - Die Motiv- und Wertewelt des Kunden
 - Wie Kaufentscheidungen im Kopf des Kunden wirklich fallen
- **Interesse wecken:**
 - Alles ist Marke, und Marke ist alles
 - Das zentrale Element Ihrer Markenpersönlichkeit ist Ihr Markenkern
 - Beschreiben Sie Ihre Markenwerte und Ihre Markenbotschaft
- **Den Kontext managen:**
 - Symbole sagen mehr als Worte
 - Ihr Firmen-Logo ist die Inszenierung Ihrer Marke bis ins kleinste Detail
 - Erkenntnisse aus dem Neuromarketing
- **In Erinnerung bleiben:**
 - So sichern Sie sich einen Logenplatz im Kopf Ihres Kunden