

NADINE DLOUHY

D I E S T R A T E G I N



”

NADINEDLOUHY

Authentizität ist
die neue Ehrlichkeit
und schafft Vertrauen.





GOLDEN EDITION
2020



PROFITIEREN SIE
VON DEN STRATEGISCHEN ERFOLGSTIPPS
DER MEHRFACH AUSGEZEICHNETEN
WELTMEISTERIN.

Inhaltsverzeichnis

Die Strategin.....	010	Love Brands	114
Zahlen & Fakten.....	020	Design Your Life. Design You.	122
Auszeichnungen	022	Publikationen	136
Referenzen	024	LIA Award	148
Expertise	035	ND & Friends Podcast	152
Themen & Schwerpunkte.....	072	Kontakt	156
Leistungspakete	086		
Testimonials.....	088		
Interview mit Nadine Dlouhy	102		
Mehrwerte.....	108		
The Big 5.....	112		



30 VERÖFFENTLICHUNGEN
ALS TOP-EXPERTIN

03 AUSZEICHNUNGEN ALS
TOP-COACH UND EXPERTIN

01 BESTSELLER
AUTORIN

Die Strategin Nadine Dlouhy

KEYNOTE-SPEAKERIN, UNTERNEHMERIN,
EXPERTIN FÜR POSITIONIERUNG,
MARKENENTWICKLUNG **UND MENSCH.**

Nadine Dlouhy

ist Top-Expertin für strategische Markenentwicklung und Positionierung, führt seit 20 Jahren die BrandLite GmbH und begleitet 46 Unternehmen in 35 Ländern. Sie ist Mit-Autorin von „Erfolg geht anders“ sowie Dozentin an der Hochschule Fresenius University of Applied Science für „Digitale Innovation“, „Strategisches Management“ und „Media Management“ mit den Schwerpunkten Automotive und Mobility. Sie ist gefragte Expertin in den öffentlichen Medien wie z.B. n-tv und wirtschaft-tv.



”

SETZEN SIE IHR UNTERNEHMENSIMAGE
GEZIELT ALS „KAUFTREIBER“ EIN.
DENN: IMAGE. MACHT. ERFOLG.

Wissen ist Macht.

Nadine Dlouhy führt Unternehmen in die Zukunft
und ist mehrfach ausgezeichnete und international gefragte
Top-Expertin, wenn es um Unternehmensentwicklung
und Zukunftsausrichtung geht.



”

DAS IMAGE HAT DIE MACHT ÜBER DEN ERFOLG.
SOMIT WERDEN SOFT FACTS ZU HARD FACTS.

Erfolg wird gefördert durch die Summe unserer
Potentiale, die Intelligenz, diese in den Markt
und die Herzen der Menschen zu platzieren.



”

NADINEDLOUHY

Vom Unternehmensbewohner zum Unternehmensgestalter

Erfolg wird gefördert durch die Summe unserer
Potentiale, die Intelligenz, diese in den Markt
und die Herzen der Menschen zu platzieren.



„Cool im Talk –
straight in der Umsetzung“
Christian Schrofler

4
KONTINENTE

46
PARTNER

20
JAHRE

35
LÄNDER

600K
KILOMETER

2130
PROJEKTE

FÜHRUNG
DIGITALISIERUNG
STRATEGIE
MOTIVATION

IMAGE.
MACHT.
ERFOLG.

”

NADINEDLOUHY

Die Multiplikation
der Möglichkeiten.
Think in potentials
and opportunities.



TOP
EXPERTE



Die wichtigen Experten
im D/A/CH-Gebiet

—2020—

ERFOLG
DAS LESEN ERFOLGREICHE magazin

Nadine Dlouhy steht für IMAGE. MACHT. ERFOLG.

TOP-EXPERTIN GEFRAGT IN **ZAHGREICHEN MEDIEN.**



Als Business Mentorin für Marken, Unternehmen und Menschen weiß Nadine Dlouhy, dass klare Kommunikation Fakten schafft und zu deutlichen Umsatz- und Wertsteigerungen bis zu 50% führt. In einem immer härter umkämpften Markt von Preis- und Produktgleichheit wird das Image einer Marke, eines Unternehmens, aber auch von Menschen, immer mehr

zur alles entscheidenden Wirtschaftskraft. Für Nadine Dlouhy ist der Mensch Erfolgs- und Innovationsfaktor Nr. 1 und sie doziert mit ihrer Expertise seit 2019 an der Hochschule Fresenius University of Applied Science „Digitale Innovation“ und „Strategisches Management“.

2x IN FOLGE AUSGEZEICHNET
DURCH:



GEFRAGTE
TOP-EXPERTIN BEI:



BESTSELLER
AUTORIN:



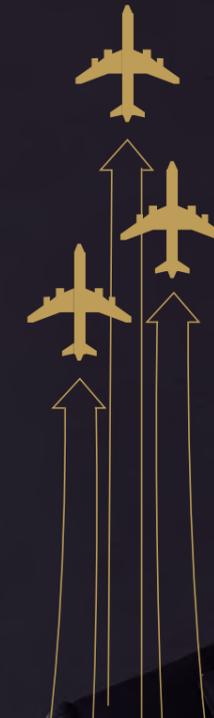
”

NADINEDLOUHY

Dabei sein reicht nicht mehr aus. Sie müssen sichtbar und erlebbar sein.



TOP 10 COACHES LUFTHANSA EXCLUSIVE MAGAZINE



TOP 10

COACHS
D-A-CH LÄNDER

LUFTHANSA
EXCLUSIVE
MAGAZINE



REFERENZEN

NADINEDLOUHY.COM / 28

—○—
**WISSEN
IST MACHT.
UND DIE GEBE
ICH GERNE
WEITER.**
—○—

LEHRAUFTRÄGE

WISSEN IST MACHT. UND DIE GEBE ICH GERNE WEITER...

Nach 20 Jahren Expertise und Markterfahrung freue ich mich, etwas zurückzugeben und mein Wissen nun an die „Next Generation of Managers“ weiterzugeben – als Dozentin an der Fresenius University of Applied Science im Studiengang „Media Management“ mit den Schwerpunkten Automotive und Mobility.

”

NADINEDLOUHY

Kommunikation ist
ein Grundbedürfnis.



STRATEGIE

DIGITALISIERUNG

MOTIVATION

FÜHRUNG

”

NADINEDLOUHY

WERDEN SIE AKTIV,
ÜBERNEHMEN DIE KONTROLLE
UND WERDEN ZUM EIGENEN
GESTALTER IHRER ZUKUNFT.



QUALITÄT
IST
NICHT
VERHANDELBAR.





MIT STRATEGIE ANS ZIEL.

Sie haben Ziele? Großartig! Jetzt müssen Sie sie nur noch erreichen. Dabei werden Sie eines schnell feststellen: Ein Ziel ohne Plan ist planlos. Um Ihre Ziele tatsächlich zu erreichen, müssen Sie Ihre Inhalte strategisch aufbereiten und inszenieren. Strategie ist kein Trend, sondern ihr wichtigstes Tool.

Nadine Dlouhy steht für Unternehmensentwicklung mit Umsetzungskraft.



STRATEGIE

Nadine Dlouhy ist Top-Expertin für strategische Markenentwicklung und Positionierung, führt seit 20 Jahren die BrandLite GmbH und begleitet 46 Unternehmen in 35 Ländern. Sie ist Mit-Autorin von „Erfolg geht anders“ sowie Dozentin an der Hochschule Fresenius University of Applied Science für **Digitale Innovation, Strategisches Management, Media Management**, Schwerpunkt Automotive und Mobility. Sie ist gefragte Expertin in den öffentlichen Medien, wie z.B. n-tv und wirtschaft-tv.

EIN HARD FACT von Nadine Dlouhy ist, dass imageorientierte Unternehmen, die sie in den letzten Jahren

beraten hat, Umsatz- und Wertsteigerungen um bis zu 50% erzielt haben.

Nadine Dlouhy entwickelt, andere beraten Unternehmen – das macht sie gefragt.

Wie keine andere schafft es die Amazon Bestsellerautorin, die strategische Gesamtausrichtung des Unternehmens im Fokus zu halten und in eine starke Umsetzung zu bringen. Sichtbar und messbar.

Profitieren Sie vom Wissen der bekannten Erfolgsmentorin und Top-Strategin.

Wie geht Erfolg? Wissen ist Macht. Nadine Dlouhy führt Unternehmen in die Zukunft und ist mehrfach ausgezeichnete und international

gefragte Top-Expertin, wenn es um die Entwicklung und Zukunftsausrichtung Ihres Unternehmens geht.

Wer in Zukunft seinen Platz im Markt halten möchte, muss sich bewegen, global denken, smart aufstellen und Expertise ins Unternehmen holen. Die Unternehmen müssen sich die Frage stellen, wie sie ihr Unternehmen und einzelne Marktsegmente aktiv mitgestalten und in die Zukunft führen.

Während sich aktuell die Unternehmen meist in kleinteiligen Fragen verzetteln und den Blick für die große Strategie verlieren, holen Wettbewerber im In- und Ausland massiv auf und laufen deutschen Unternehmen den Rang ab.

ZIELGRUPPEN

- + Vorstände
- + Geschäftsführer
- + Unternehmer
- + Führungskräfte im gehobenen Management
- + Verbände
- + Unternehmensgruppen national / international

PHILOSOPHIE

„**Ein Ziel ohne Plan ist planlos.**“

DAS SAGT EIN INTERNATIONALER KUNDE ÜBER NADINE DLOUHY:

ASO GROUP: Since my earliest involvement with Nadine Dlouhy and her team [...] to be world class in many ways [...] Their approach, ideas and implementation has always been fair, courteous and above all, professional in every respect. [...] thank you very much!



”

NADINEDLOUHY

Die Wahrheit ist
dem Menschen
zumutbar.



Leadership Branding. Der Chef als Marke.



FÜHRUNG

Unternehmen fordern von ihren Mitarbeitern verstärktes Engagement im Bereich Employer Branding. Doch die wenigsten Firmenlenker gehen mit gutem Beispiel voran. Dabei gibt es viele Möglichkeiten, sich vor allem in den sozialen Medien zu Wort zu melden und die eigene Marke zu positionieren.

Ich sage immer: **Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar.** In der heutigen Zeit als Chef die Brand Experience nicht vollständig auszuschöpfen, um in seinem Unternehmen für Innovationen zu sorgen, ist unterlassene Unternehmensführung. Die Vorteile eines erfolgreichen Leadership Brandings liegen auf der Hand und sind messbar.

1. Steigerung der Marktwahrnehmung nach Innen und Außen.

2. Positive Beeinflussung der Mitarbeiterzufriedenheit.

3. Steigerung der Unternehmensperformance.

4. Stärkung von Loyalität und Bindung wichtiger Mitarbeiter an das Unternehmen.

5. Schaffung eines starken Zusammenhaltes und eines soliden Gefüges in Krisenzeiten.

Ergreifen Sie die Initiative und werden Sie vom Bewohner Ihres Unternehmens zum Gestalter.

Die Stärkung der Leadership Brand zur Bildung von Sichtbarkeit und Wahrnehmung, insbesondere in Social Media, ist ein wichtiger Maßstab für Beliebtheit, Erfolg und Trustbuilding. „Anwesenheit ist keine Arbeitszeit.“ Das gilt auch für den Chef.

Moderne Führung bedeutet Sichtbarkeit und Erlebbarkeit. Aber wie geht das? Authentizität ist die neue Ehrlichkeit und schafft Vertrauen.

Sie sind nicht „irgendwer“, also präsentieren Sie sich auch nicht „irgendwie“.

1.

Überall, wo es um Kommunikation geht, sind Persönlichkeiten gefragt. Beantworten Sie sich daher folgende drei Fragen: Wer bin ich? Wofür stehe ich? Für welchen Führungsstil stehe ich?

Die Chefs wissen nicht genau **wie** und **was** sie sagen sollen. Sie sind meist so geschützt von Ihrem Team, dass ein eigenes Persönlichkeitsbild nur schwer zu erkennen ist. Sie sehen nur die Angreifbarkeit und verkennen die Chance, sich und ihr Unternehmen zu positionieren.

2.

Definieren Sie Ihre Werte-DNA und schaffen einen persönlichen Fingerabdruck im Markt. Nutzen Sie dabei die Kommunikation als Alleinstellungsmerkmal. Immer mehr junge Arbeitskräfte schauen weniger auf das Gehalt als auf den Spirit des Unternehmens, für welches sie in Zukunft arbeiten werden. Sie möchten sich mit ihrem Arbeitgeber identifizieren können. Den Menschen fehlt es an Zugehörigkeit, Identifikation – schlichtweg an Haltung. Sie tun Gutes, also reden Sie auch darüber! Ein visuelles Sprachrohr können sein: soziale Berufsnetzwerke, Instagram & Co., Ihr persönlicher Blog.

3.

Als Personenmarke vertreten Sie keine x-beliebige Meinung. Sie sind das Bindeglied bei Führung, Marketing, Verkauf und letztendlich auch für die Kauf- und Mitarbeitermotivation. Verlassen Sie mit diesem Bewusstsein Ihre Komfortzone und verleihen Ihrer Position aktiv ein geschärftes Gesicht.

4.

Moderne Führung erlebbar inszenieren. Im Zeitalter der Digitalisierung ist die Menschlichkeit ein entscheidender Erfolgsfaktor. Nirgendwo kann man sie besser bespielen als in den sozialen Medien. Wir haben die Chance 365 Tage, 24 Stunden, Kontakte zu Kunden und Mitarbeitern aufzubauen. Durch Themenkampagnen schaffen Sie Aufmerksamkeit, Reichweite und Nähe.

Machen Sie sich bewusst, man kann nicht nicht kommunizieren. Entweder gut oder schlecht. Unternehmenshaltung wird gefördert durch die Summe unserer Potentiale, der Intelligenz, diese in den Markt und die Herzen der Menschen zu platzieren. Zeigen Sie Persönlichkeit und schärfen Sie somit die Wahrnehmung als auch den Wert Ihres Leadership Brands.





IN DER HEUTIGEN ZEIT DIE BRAND EXPERIENCE
NICHT VOLLSTÄNDIG AUSZUSCHÖPFEN,
IST UNTERLASSENE UNTERNEHMENSFÜHRUNG
BZW. UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION.

INNOVATION IST DIE KUNST,
ALTES UND BEKANNTES
DURCH NEUE AUGEN
ZU SEHEN.



Innovationsfaktor Mensch. Human Potential.



DIGITALISIERUNG

MENSCH 4.0 – ERFOLGREICH IN EINER DIGITALISIERTEN WELT MIT KÜNSTLICHER KONKURRENZ.

In der Zusammenarbeit mit Unternehmen und als Dozentin einer namhaften Hochschule werde ich oft gefragt, wo und wie ich die Unternehmen und ihre Menschen in der Zukunft sehe. Nach Industrie 4.0 und Digitalisierung 4.0 kommt jetzt auch der Mensch 4.0? Braucht der Mensch ein Update? Der Mensch hat die Digitalisierung erschaffen. Schafft die Digitalisierung und die damit verbundene künstliche Intelligenz nun den Menschen als Arbeitskraft ab oder muss im Zeitalter der Maschinen und der Digitalisierung das Konstrukt Mensch neu gedacht werden?

Ein klares Nein! In Zeiten der Digitalisierung muss sich der Mensch dringender denn je auf seine Stärken-DNA besinnen.

Ich wage eine revolutionäre Aussage: In einer Zeit, in der wir durch Emojis fühlen, „danke Alexa“ sagen und nicht „danke Schatz“, Siri fragen und nicht Mama, muss es wieder mehr „menscheln“.

HUMAN POTENTIAL: THINK SMART. THINK HUMAN.

Wenn wir über erfolgreiche Positionierung reden, müssen wir in aller-

erster Linie über uns selbst reden – über die eigene Persönlichkeit, mit all ihren Schwächen und Stärken. In Zeiten der Digitalisierung wird die Individualisierung immer wichtiger. Dies betrifft nicht nur Menschen, sondern auch Unternehmen. Die Digitalisierung bietet hinsichtlich der Individualisierung sogar einen klaren Vorteil. Somit ist die Digitalisierung unser Chancenticket und bietet die Möglichkeit, sich international und sichtbar zu platzieren.

Dass manche Menschen die Digitalisierung fürchten, ist durchaus →

verständlich. Viele Jobs fallen weg, jedoch ist dies auch ein Fortschritt bzw. eine Chance. Die Frage ist dabei nur: Wer nutzt sein Chancenticket und bringt sein Potential gewinnbringend mit ein? Ich sage hierzu sehr klar: Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar. Wer aufgrund eines Fortschritts Stillstand erlebt, hat im Grunde genommen nur den Zug verpasst. Sie sollten sich jetzt aber nicht an den Bahnhof stellen und auf den nächsten Fortschritt warten. Dies wird Sie nur noch weiter zurückwerfen. Werden Sie aktiv, übernehmen Sie die Kontrolle und werden Sie zum eigenen Gestalter Ihrer Zukunft. Infokasten: Verstehen Sie die Digitalisierung als Chance und öffnen Sie sich für die damit verbundenen Potentiale. Die Digitalisierung ist in aller Munde, verändert unsere Kommunikation und damit auch unser Leben rasant. Ein Beispiel: Sprechen Sie algorithmisch? Nein? Warum nicht? Wenn Sie nach Italien ziehen, lernen Sie doch auch die Sprache, um zu kommunizieren. Unsere kommunikative Welt funktioniert immer mehr mit Algorithmen. Eine Sprache, die die meisten Menschen weder kennen noch beherrschen. Doch es ist Fakt: Die Digitalisierung gehört zur

Unternehmenskommunikation und muss Berücksichtigung finden. Aus diesem Grund ist es die Aufgabe der Arbeitgeber, ihre Mitarbeiter an die digitalisierte Kommunikation und den richtigen Umgang mit ihr heranzuführen, sie als eine selbstverständliche Kommunikation in den beruflichen Alltag einzubauen und authentisch zu leben.

Das Streben nach Innovation. Faktor Mensch.

Die Welt strebt nach immer neuer Innovation, sie ist fester Treiber der Wirtschaft. Der Mensch ist in der Lage, neue Wirklichkeiten zu schaffen und eigenständig Lösungen anzubieten. Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar: Ohne Kreativität und Fantasie gibt es **keine** Lösungskompetenz. →

”

NADINEDLOUHY

Verstehen Sie die Digitalisierung als Chance und öffnen Sie sich für die damit verbundenen Potentiale.

ND

Kurz:

Die Haltung der Menschen muss sich entwickeln, wie wir in Zukunft die Digitalisierung und KI in unser Leben mit einbinden. Wir werden deswegen nicht weniger Mensch sein. Ich persönlich sehe KI als sensibles sowie mächtiges Potential für uns Menschen, welches es gilt intelligent zu nutzen. Angst ist fehl am Platz. Respekt und Wertschätzung sind gefragt. In den kommenden 10 Jahren wird jeder seinen

eigenen digitalen Assistenten haben. Ein spannender Gedanke. Wichtig ist immer nur der richtige Einsatz, um den entsprechenden Nutzen und Mehrwert zu erzielen. Die Verschmelzung von Mensch und Maschine ist dann erfolgreich, wenn sie den Menschen in seinem Handeln und Sein unterstützt, ohne den Menschen in Frage zu stellen. Nicht jeder Job ist gleich stark bedroht.

Die Aufgabe der Politik ist es, die kommenden Gesellschaften

frühzeitig mit dem Thema KI in Kontakt zu bringen, um zumal neue Chancen und Potentiale auszunutzen und zum anderen sowohl Angst als auch Barrieren abzubauen. Gerade die heranwachsende Generation sollte frühestmöglich beginnen, mit der digitalen Welt aufzuwachsen. Hier stehen Politik und Länder in der Handlungspflicht.

Um Innovation und wirtschaftliches Wachstum in Zukunft zu garantieren, muss verstärkt in Forschung und Entwicklung investiert werden. ○

FAZIT: FASSEN WIR ZUSAMMEN.

In Zeiten der Digitalisierung und KI gewinnen das Human Potential und das Thema Individualisierung einen immer höheren Stellenwert. Nutzen Sie diese großartige Chance zu Ihrem Vorteil und machen Sie sich bewusst – der Mensch ist Erfolgs- und Innovationsfaktor Nr. 1. Als produzierendes Unternehmen darf der technische Fortschritt daher zwar nicht missachtet

werden, jedoch machen die Individualität und das Human Branding, welches aus dem Human Potential resultiert, in vielen Fällen den kaufentscheidenden Unterschied. Die meiste Value Creation durch KI wird unter anderem im Bereich Supply Chain stattfinden. Daher ist es in dieser Branche besonders wichtig, das Human Potential weiter zu fördern.



“DANKE
alexa

Kommunikation
bedeutet
Klarheit
für sich.



MOTIVATION DURCH KOMMUNIKATION



KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION IST EIN GRUNDBEDÜRFNIS DES MENSCHEN.

Seit der Digitalisierung hat die Kommunikation an Agilität und damit an Herausforderung gewonnen.

Strategische Kommunikation ist ein wichtiger und imagebildender Faktor. Wir Menschen reden und kommunizieren den ganzen Tag über die vielfältigsten Kanäle. Das Ergebnis: viel Gerede um nix! Frei nach dem Motto „**ich rede, also bin ich**“ reden wir drauflos wie Hühner in einer brennenden Scheune. Die beste und erfolgreichste Form der Kommunikation im Hinblick auf Erfolg und Sichtbarkeit ist jedoch die **Umsetzung. Kurz: Die einen reden, die anderen handeln.**

Doch was nützt uns das Reden und Handeln, wenn wir nicht im Ansatz verstehen, worüber wir reden?

Folgenden Satz auf einem Frühstücksbrettchen im Baumarkt fand ich hierzu bemerkenswert passend: „Denken ist wie googeln, nur krasser!“ Na, da fängt der Tag doch schon gut an.

Grundlage einer klaren Kommunikation ist in erster Linie Klarheit für sich. Kommunikation beginnt bei einem selbst. Immer. Das Ergebnis: Authentizität. Als Unternehmer müssen Sie sich im Klaren sein, dass Sie immer eine Vorbildfunktion haben. Wenn Sie Ihren Mitarbeitern eine Art der Kommunikation vorgeben, müssen Sie sich ebenfalls

an diese halten. Eine klare Kommunikation beginnt immer bei Ihnen selbst. Die Kommunikation ist ein Grundbedürfnis des Menschen und befindet sich im Zeitalter der Digitalisierung im Wandel. Doch die wenigsten Menschen und Unternehmen sind sich der Bedeutung zielführender und effizienter Kommunikation hinsichtlich Positionierung und Bindung bewusst. Das ist wie mit dem Atmen. Erklären Sie einer schwangeren Frau etwa, warum sie einen Atemkurs machen soll? Sie atmet doch schon seit ihrer Geburt. Warum nun einen Kurs belegen?! Und warum also sollten wir uns →

über Kommunikation Gedanken machen, das läuft doch nebenbei, quasi wie das Atmen. Dabei ist Kommunikation das gestalterische Bindeglied bei Führung, Marketing, Verkauf und letztendlich auch für unsere Motivation.

Fragen Sie einmal die HR-Abteilung und die meisten Geschäftsführer nach der Generation C. Wie erreiche ich sie? Wie spreche ich sie an? Wie binde ich sie, wenn es z. B. um das Thema Employer Branding geht? Wie schaffe ich es, Unternehmens-themen Gehör zu verschaffen? Die meisten Informationen erreichen die gewünschten Empfänger und diese trotz schwerer digitaler Plattformen, wie Intranet und CRM. An dieser Stelle sei der kurze Hinweis erlaubt: Generation C steht nicht für Vitamin C, sondern vielmehr für **Generation Connected**. Die Generation, welche sich digital nonstop vernetzt und kommuniziert. Wir haben in einem Unternehmen den Test gemacht, welche Message des Projektleiters sein Team am schnellsten erreicht. Was glauben Sie: War es die per Brieftaube, der gute alte Brief, eine Mail, ein persönliches Gespräch oder die SMS? Da die meisten Menschen ihr Smartphone mit zum Rauchen,

in die Kaffeepause und sogar mit auf die Toilette nehmen, war es natürlich die SMS. Dieses Ergebnis stellt die bisherige Unternehmenskommunikation umfassend infrage.

Über 70% der Mitarbeiter haben gedanklich gekündigt, und wir sind uns einig: Anwesenheit ist keine Arbeitszeit. Nutzen Sie die Kommunikation als Alleinstellungsmerkmal und bauen Sie damit Ihr Image als Wettbewerbsvorteil aus – nach Innen wie nach Außen. Ob es eine gute Beratung in einem Fachmarkt oder die Überzeugungsstärke Ihrer Sales Abteilung mit der Anwendung eines technischen Tools ist. Überall, wo es um Kommunikation geht, sind Persönlichkeiten gefragt. Egal, ob es die Kundengewinnung oder die Mitarbeiterbindung (Employer Branding) betrifft, die Kommunikation ist ein relevanter Erfolgsfaktor.

„Die Qualität Ihrer Kommunikation ist umsatzrelevant“

Erfolgreiche Unternehmenskommunikation verfolgt die Kraft des Faktischen. Mit anderen Worten: **Reden Sie noch oder handeln Sie schon?** ○



NADINEDLOUHY

Erfolgreiche
Unternehmenskommunikation
verfolgt die Kraft
des Faktischen.



MAN KANN NICHT
NICHT KOMMUNIZIEREN.



ENTWEDER
GUT — ODER SCHLECHT.

”

NADINEDLOUHY

Die Qualität Ihrer
Kommunikation ist
umsatzrelevant.



”

NADINEDLOUHY

Das JA zum NEIN.
Kommunikation ist
keine Einbahnstraße.



LOVE

LOVE

”

NADINE DLOUHY

Definieren Sie Ihre Werte-DNA
und schaffen einen persönlichen
Fingerabdruck im Markt.

ND

”

NADINEDLOUHY

EMOTIONEN SCHAFFEN
FAKTEN IN UMSATZ- UND
WERTEFRAGEN IHRES
UNTERNEHMENS.



IMAGE.
MACHT.
ERFOLG.

Image ist mehr als Sichtbarkeit.

Image ist emotionale Identität. Image ist die Sehnsucht nach einem emotionalen Mehrwert, der über Kauf und Nichtkauf entscheidet. Erfolg gibt Recht. Das Image hat die Macht über den Erfolg. Somit werden Soft Facts zu Hard Facts.

IMAGE

Image ist emotionale Identität.



”

NADINEDLOUHY

Die wenigsten Unternehmen
haben es verstanden...
Die Verkäufermärkte sind
zu Käufermärkten gewandelt.

ND

LIFE
LIFE
Aus MUSS wird DARF.



Design Your Life.

DESIGN YOU.

Wir gestalten und designen Häuser, Autos, Möbel, Salzstreuer, ganze Landschaften und sogar virtuelle Realitäten. Designpreise feiern das schönste Designprodukt. Das Einzige, was wir nicht bewusst designen, ist **unser Leben**.

Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum das so ist? Sehen wir Erfolg in dem, was wir schaffen, oder in dem, was wir sind?

PERSÖNLICHKEITEN
SIND GEFRAGT.



”

NADINEDLOUHY

Die Beantwortung
der Wahrheitsfrage führt uns
zur Glaubwürdigkeit.



NADINEDLOUHY

Vortragsthemen



DIE STRATEGIN



WORDS ON FIRE.



KEYNOTES MIT BRENNENDEN
WIRTSCHAFTSTHEMEN.

Worte, die bewegen – Kopf und Herz berühren.
Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar.
Nach diesem Credo greift Nadine Dlouhy feurige
Themen an, die Wirtschaft und Menschen beschäftigen.

BOOST YOUR BRAND, BUSINESS AND PERSONALITY.

STRATEGIE • KOMMUNIKATION
FÜHRUNG • INNOVATION
DIGITALISIERUNG • MOTIVATION



Moderne Führung
bedeutet Sichtbarkeit
und Erlebbarkeit.



1
VORTRAGSTHEMA

IMAGE.
MACHT.
ERFOLG.

IMAGE. MACHT.
ERFOLG.



Die neue Macht Marke.

DIE LOVE BRAND ZUR MARKTMACHT.

HEADLINE: Die neue Macht Marke.

SUBLINE: Die LOVE BRAND zur Marktmacht.

KEYWORDS: Branding, Marktmacht, Wirtschaftskraft, Image, Employer Branding, Markenmacht, Handel, Erfolg, Liebe, USP, Mechanismen



THEMEN & SCHWERPUNKTE

NADINEDLOUHY.COM / 72

FAKT IST...

In einem immer härter umkämpften Markt mit Preis- und Produktgleichheit wird das Image einer Marke, eines Unternehmens, aber auch von Menschen immer mehr zur alles entscheidenden Wirtschaftskraft. Das heißt im Klartext, Konsumenten kaufen weniger das Produkt als vielmehr das Gefühl, das a) beim Kauf entsteht oder b) durch das Produkt erworben wird. Setzen Sie Ihr Unternehmensimage gezielt als Kauftreiber ein. Denn: IMAGE. MACHT. ERFOLG.

EMOTIONEN SCHAFFEN FAKTEN IN UMSATZ- UND WERTEFragen IHRES UNTERNEHMENS.

Image ist mehr als Sichtbarkeit. Image ist emotionale Identität. Image ist die Sehnsucht nach einem emotionalen Mehrwert, der über Kauf und Nichtkauf entscheidet. Das Image hat die Macht über den Erfolg. Somit werden Soft Facts zu Hard Facts. Kurz: Wir befinden uns quasi im Zeitalter der Brand Science-Fiction.

DAS ZIEL:

Erfolg wird gefördert durch die Summe unserer Potentiale, die Intelligenz, diese in den Markt und die Herzen der Menschen zu platzieren. Anschaulich und praxisnah zeige ich Ihnen, wie Sie Ihren Imagefaktor als kaufentscheidende Wirtschaftskraft nutzen um das Image Ihrer

Marke zu stärken und Ihr Branding erfolgreich in den Herzen der Menschen platzieren. Setzen Sie Zeichen und Statements, nach Innen, wie nach Außen. Es ist Ihr Image, das über Ihren Erfolg entscheidet.

Und eines ist sicher: Auch das erstarrte Kaninchen wird von der Schlange gefressen. Hoffnung ist also keine Strategie und ein Ziel ohne Plan ist planlos.

Ein vertrauenswürdiges Unternehmen zeichnet sich durch Authentizität, eine eindeutige Haltung und ein starkes emotionales Image aus — und zwar nach Innen wie nach Außen. Die eigene DNA sollte im Interesse von Angebot und Nachfrage intelligent und geschärft in den Markt und in die Herzen der Menschen gepflanzt werden, um das Markengefühl beim Endverbraucher zu stärken. Hierzu können die Dynamiken des Marktes zur langfristigen Zukunftsgestaltung genutzt werden.

MEHRWERTE:

- Die Marke stärken
- Marktwahrnehmung
- Marktposition ausbauen
- Die Marke als Wirtschaftskraft
- Steigerung der Unternehmensperformance
- Brandoptimierung
- Sichtbarkeit im Markt
- Employer Branding
- Loyalität und Bindung



THEMEN & SCHWERPUNKTE

NADINEDLOUHY.COM / 73

B

LEADERSHIP BRANDING.



Werden Sie vom Unternehmensbewohner zum Unternehmensgestalter.

MODERNE UNTERNEHMENSFÜHRUNG BEDEUTET SICHTBARKEIT UND ERLEBBARKEIT.

HEADLINE: Werden Sie vom Unternehmensbewohner zum Unternehmensgestalter.

SUBLINE: Moderne Unternehmensführung bedeutet Sichtbarkeit und Erlebbarkeit.

KEYWORDS: Digitalisierung, Potentialentwicklung, Mensch, Individualisierung, Employer Branding, Innovationsfaktor, Sichtbarkeit, Human Branding, Persönlichkeit, Platzierung, Arbeitgebermarke

Der Mensch ist Erfolgs- und Innovationsfaktor Nr. 1.

Ein starkes und authentisches Unternehmens-, Leadership- oder Human Branding. In Zeiten der Digitalisierung wird die Individualisierung immer wichtiger.

DAS ZAUBERWORT:

Human Branding, sorgt für Sichtbarkeit und eine individuelle Platzierung auf der Basis Ihrer Persönlichkeit.

Wenn wir über erfolgreiche Positionierung reden, müssen wir in allererster Linie über uns selbst reden – über die eigene Persönlichkeit, mit all ihren Schwächen und Stärken. In Zeiten der Digitalisierung wird die Individualisierung immer wichtiger. Dies betrifft nicht nur Menschen, sondern auch Unternehmen. Die Digitalisierung bietet hinsichtlich der Individualisierung sogar einen klaren Vorteil. Somit ist die Digitalisierung unser Chancenticket und bietet die Möglichkeit, sich international und sichtbar zu platzieren.

Wer in Zukunft seinen Platz im Markt halten möchte, muss sich bewegen, global denken, smart aufstellen und Expertise ins Unternehmen holen. Die Unternehmen müssen sich die Frage stellen, wie sie ihr Unternehmen und einzelne Marktsegmente aktiv mitgestalten und in die

Zukunft führen. Während sich aktuell die Unternehmen meist in kleinteiligen Fragen verzetteln und den Blick für die große Strategie verlieren, holen Wettbewerber im In- und Ausland massiv auf und laufen deutschen Unternehmen den Rang ab.

Authentizität ist die neue Ehrlichkeit. „Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar.“ In der heutigen Zeit die Brand Experience nicht vollständig auszuschöpfen, um in seinem Unternehmen für Innovationen zu sorgen, ist unterlassene Unternehmensführung.

MEHRWERTE:

Ein starkes und authentisches Unternehmens-, Leadership- oder Human Branding...

- führt zu deutlichen Umsatz- und Wertsteigerungen bis zu 50%
- schafft eine klare Positionierung
- schärft Ihr Profil
- verbessert das Image
- führt Sie zu mehr Sichtbarkeit im Markt
- bildet Ihren Expertenstatus
- erreicht Ihre Wunschkunden
- bietet Ihnen vereinfachte Vernetzungen und Kooperationen

3
VORTRAGSTHEMA

DESIGN
#YOUR
#LIFE!!

DESIGN YOUR LIFE.
DESIGN YOU.



Der Mensch ist Erfolgsfaktor Nr. 1

WAS IST UNSER „THE REASON WHY“?

HEADLINE: Der Mensch ist Erfolgsfaktor Nr. 1

SUBLINE: Was ist unser „The reason WHY“?

KEYWORDS: Life Design, Mensch, Gestaltung, Leben, Erfolg, Mindset, Think big, Stärke DNA, Zukunft, Stärkung, Erfolgsziel, Planung, Freizeit, Menscheln, Human Potentials



THEMEN & SCHWERPUNKTE

NADINEDLOUHY.COM / 76

Wir gestalten und designen Häuser, Autos, Möbel, Salzstreuer, ganze Landschaften und sogar virtuelle Realitäten. Designpreise feiern das schönste Designprodukt. Das Einzige, was wir nicht bewusst designen, ist **unser Leben**. Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum das so ist? Sehen wir Erfolg in dem, was wir schaffen, oder in dem, was wir sind?

Erfolg hat viele Gesichter. Die Frage ist nur, in welches wir schauen wollen. Sehen wir Erfolg in dem, was wir schaffen, oder in dem, was wir sind? Fakt ist, dass wir jedes definierte Erfolgsziel nur erreichen, wenn wir uns auf unsere menschliche Stärken-DNA besinnen. Damit Sie meine Einstellung und Wege zum Erfolg besser verstehen: Ich war dort, wo viele von Ihnen vielleicht hinwollen. In dieser Zeit gab es nur ein legitimes Ziel, Fokus nach vorn, in Richtung „Erfolg“. Was ich zu diesem Zeitpunkt als Erfolg verstand. Dort angekommen und die kommenden Jahre bereits „safe“, vernahm mein Leben eine Wandlung. Nach einem langen Kampf um einen der mir wichtigsten und liebsten Menschen in meinem Leben erreichte mich eines Tages der Anruf, Frau Dlouhy, wie entscheiden Sie, wenn es heute Nacht so weit ist. Es kann alles passieren. Was sollen wir tun, wie sollen wir im Fall X handeln? Glauben Sie mir, ich war es durchaus gewohnt, Entscheidungen zu treffen. Doch dieser Moment war anders. Eines Morgens stand ich auf und fragte mich, wessen Kampf kämpfe ich heute? Ich mache scheinbar alles Unmögliche möglich – entscheide sogar über Leben und Tod eines anderen Menschen.

Design ist eine anerkannte Wirtschaftskraft. Warum gilt dies nicht auch für uns Menschen und unser Leben? 80% unseres Lebens verbringen wir im Job und die anderen 20% sind vermeintliche Freizeit. Doch was tun

wir wirklich, was setzen wir am Tag um, das relevant ist, was uns ans Ziel bringt – beruflich wie privat?

Unser Kapital ist unsere Persönlichkeit, und diese gilt es zu stärken, zu gestalten und immer weiter zu entwickeln. Bereichern Sie sich und Ihr Leben mit dem Bewusstsein, eigenständig entscheiden, gestalten und verändern zu können. Und eines ist sicher, von diesem Punkt aus können Sie nur erfolgreich sein.

Aus eigener Erfahrung kann ich sagen, es sind auch unsere schwersten Momente, die zu goldenen Momenten werden können, wenn wir eine Erkenntnis daraus zulassen und bewusst handeln. Methoden und individuelle Lösungen erlernen, um Arbeit bzw. Arbeitstag effizient/er zu gestalten. Prioritäten richtig zu setzen. Arbeit in Einklang mit Privatleben zu bringen. Bewusstsein für persönliches Selbst- und Zeitmanagement zu entwickeln, Störfaktoren zu eliminieren.

MEHRWERTE:

- Ihre ganz persönliche Sinnfrage: Warum tue ich das alles?
- Unchain yourself – für die eigenen Potentiale
- Eliminierung von Störfaktoren
- Zeitmanagement/Zeitoptimierung
- Selbstreflexion
- Effizienzsteigerung
- Methoden und individuelle Lösungen
- Einklang im Privatleben
- Einklang bei der Arbeit
- Open your mind – für neue Wege
- Was ist mein „The reason WHY“?
- Sinn im Unsinn – wie kann ich mich optimieren?



THEMEN & SCHWERPUNKTE

NADINEDLOUHY.COM / 77



STRATEGIE UND ZIEL



Ein Ziel ohne Plan ist planlos und Hoffnung ist keine Strategie.

REDEN SIE NOCH ODER HANDELN SIE SCHON.

HEADLINE: Ein Ziel ohne Plan ist planlos und Hoffnung ist keine Strategie.

SUBLINE: Reden Sie noch oder handeln Sie schon.

KEYWORDS: Planung, Strategie, Erfolgsziele, Unternehmenskommunikation, Content, Wettbewerbsfähigkeit, Produktgleichheit, Preisgleichheit, Markenentwicklung, Werte, Zielgruppe, Umdenken, Optimierung, Weiterentwicklung, Anpassungsfähigkeit, zeitaktuell

Wer in Zukunft seinen Platz im Markt halten möchte, muss sich bewegen, global denken, smart aufstellen und Expertise ins Unternehmen holen. Die Unternehmen müssen sich die Frage stellen, wie sie ihr Unternehmen und einzelne Marktsegmente aktiv mitgestalten und in die Zukunft führen.

Während sich aktuell die Unternehmen meist in kleinteiligen Fragen verzetteln und den Blick für die große Strategie verlieren, holen Wettbewerber im In- und Ausland massiv auf und laufen deutschen Unternehmen den Rang ab.

ICH HABE ZWEI NACHRICHTEN FÜR SIE:

Die Gute: Jeder kann sich erfolgreich positionieren.

Die Schlechte: Erfolgreiche Positionierung findet außerhalb der Komfortzone statt. Und da sind Sie alle.

Um sich scharf und sichtbar zu positionieren, dürfen Sie keine Veränderung scheuen. Sie müssen sie ausnutzen. Märkte sind stets in Bewegung, sortieren sich neu und öffnen dabei neue Sparten für das eigene Unternehmen. Nischen werden fortlaufend weniger und enger. Deshalb gilt es, diese zu erkennen und sich massiv darin zu platzieren, denn hier fallen Entscheidungen über den Erfolg der Zukunft. Ihrer Zukunft.

Die Welt ist Im Wandel, die Märkte bewegen sich und verteilen sich neu. Mit anderen Worten: Reden Sie noch,

oder handeln Sie schon? Strategie beruht immer auf klaren Aussagen und bedeutet in erster Linie Klarheit für das Unternehmen. Stellen Sie sich rechtzeitig und gewinnbringend gegenüber Ihres Wettbewerbs auf. Zeigen Sie Stärke und bauen Ihren Marktwert mit der passenden Strategie aus.

Positionieren Sie sich im Markt scharf und sichtbar, **doch verwechseln Sie nicht Ziele mit Visionen.** Manchmal scheitert es schon an den Zielen...

ERKENNEN SIE IHRE CHANCEN UND POTENTIALE.

Think in potentials and opportunities. Es ist nicht die Frage, wo Sie herkommen, sondern wo Sie hinwollen. Sie entscheiden, ob Sie Probleme oder Potentiale sehen.

MEHRWERTE:

- Klare definierte Strategien
- Kein Gerede mehr um nix
- Think smart and mix
- Gewinnbringend für das Unternehmen
- Kostenreduktion
- Optimierungen der Abläufe
- Zeitreduktion
- Erreichen klarer Zielgruppe
- Crossmediale Vernetzung
- Think big

5
VORTRAGSTHEMA



WISSEN
IST MACHT.



Die Macht der Zielgruppe.

EIN LÖWE FRISST KEINE MÖHREN.

HEADLINE: Die Macht der Zielgruppe.

SUBLINE: Ein Löwe frisst keine Möhren.

KEYWORDS: Zielgruppe, Strategie, Kommunikationskanäle, Menschen, Gesellschaft, Auswertung, Analyse, Special-Interest-Gruppen, Austausch, unberechenbare Individualität

WIE GUT SIE IHRE ZIELGRUPPE KENNEN,
HAT ENTSCHEIDENDEN EINFLUSS AUF
IHREN ERFOLG.

Let's Talk Zielgruppe.

Was vor Jahren auf eine einfache Weise ausgewertet und definiert wurde, ist heute in unserer hoch individualisierten Gesellschaft zum Problem bzw. zu einer komplexen Herausforderung geworden: Menschen nach Gemeinsamkeiten und statistischen Attributen in feste Zielgruppen zu bringen. Seine Zielgruppe entsprechend detailliert und vollständig zu definieren ist deswegen so schwierig, weil sich Menschen heutzutage nicht mehr derartig eindimensional clustern lassen. Viel mehr konzentriert man sich im Marketing auf die Meeting-points, also in welchen Kommunikationskanälen trifft man die vermeintliche Zielgruppe an.

Unberechenbare Individualität. Mit dem Ergebnis der „fragmentierten“ Zielgruppen. Viele Unternehmen

haben es noch nicht verstanden, dass aus Verkäufermärkten Käufermärkte geworden sind.

Das Internet und die anhaltende Vernetzung unserer Gesellschaft verleihen uns einen beachtlichen Zuwachs an Autonomie. Unsere Gesellschaft differenziert sich in unzählige Special-Interest-Gruppen und offenbart dabei ein augenscheinlich paradoxes Phänomen: Wir streben nach Individualität und suchen doch die Gemeinschaft. Fakt ist, noch nie konnten Unternehmen ihren Kunden so nah sein: 24/7 und 365 Tage im Jahr. Mehr Zielgruppe geht nicht.

MEHRWERTE:

- Erreichen klarer Zielgruppe
- Schaffung von Gemeinsamkeiten
- Direkter Einfluss auf den Erfolg
- Horizonterweiterung
- Individualität für Zielgruppen



VORTRAGSTHEMA

S

STORYTELLING UND CONTENT



Die Königsdisziplin „Storytelling“.

SIE TUN GUTES – ALSO REDEN SIE DARÜBER.

HEADLINE: Die Königsdisziplin „Storytelling“.

SUBLINE: Sie tun Gutes – also reden Sie darüber.

KEYWORDS: Content, Kommunikations-Strategie, Kommunikationskanäle, Mensch, Gesellschaft, Auswertung, Analyse, Special-Interest-Gruppen, Austausch, unberechenbare Individualität



THEMEN & SCHWERPUNKTE

NADINEDLOUHY.COM / 82

Die meisten Unternehmen und Marketingabteilungen haben noch nicht verstanden, dass die Zeit des Umdenkens gekommen ist. Das größte Potential gewinnbringender Unternehmenskommunikation liegt im Content. Guter Content ist nicht nur relevant, sondern erzählt bewegende Stories, welche zur stärkeren Identifikation und Kundenbindung führen. Ein wertvolles Ziel zur Steigerung des Markenwertes. Während Werbung immer eher den Ruf des Verkäufers und des Inszenierens hatte, hat Content die Macht des Faktischen und baut auf Trustbuilding auf.

THINK SMART. THINK HUMAN. IN ZEITEN VON MEHR SCHEIN ALS SEIN STELLT SICH FÜR VIELE MENSCHEN UND KUNDEN DIE VERTRAUENSFRAGE.

Ob in der Politik oder in Unternehmen wird Vertrauen zum sogenannten „Meta-Wert“. Vertrauen ist unbezahlbar. Unternehmen und Organisationen, die dies nicht erkannt haben, werden aktuell auf schmerzhaft Weise abgestraft. Das Codewort heißt „Trustbuilding“ und dient den Unternehmen und auch den politischen Parteien in Zukunft als Mehrwert und Abgrenzungskern.

„CONTENT“: 24/7 KUNDENKONTAKT UND STEIGERUNG DER REICHWEITE

Was für B2C funktioniert, kann für B2B nicht schlecht sein. Nach diesem Credo entdecken immer mehr Unternehmen das Social Media Marketing für Ihre Unternehmenskommunikation. **Doch die Wahrheit ist, dabei sein reicht nicht mehr aus.** Die meisten Unternehmen und Marketingabteilungen haben noch nicht verstanden,

wie sie über die Social Media Kanäle erfolgreich kommunizieren. Das größte Potential gewinnbringender Unternehmenskommunikation liegt im Content. Die traurige Nachricht: Die wenigsten Unternehmen haben Content, der relevant und wettbewerbsfähig ist.

FAKT IST, ...

...noch nie konnten Unternehmen ihren Kunden so nah sein: 24/7 und 365 Tage im Jahr. Mehr Zielgruppe geht nicht. Die Königsdisziplin: Erhöhung der Reichweite bedeutet Kundengewinnung für morgen.

DAS ZIEL:

Zielgruppenbindung durch emotionale Souveränität. In unserer durchrationalisierten Wirtschaft spielen Emotionen eine besonders wichtige Rolle. Als wichtigster Treiber unseres menschlichen Handelns beeinflussen sie unsere Kaufentscheidungen hochgradig.

MEHRWERTE:

- Erlebbarer Content
- Mehrwert für den eigenen Content
- Mehr Wettbewerbsfähigkeit durch relevanteren Content
- Herstellung von Authentizität
- Konsumierbare Inhalte
- Identifikation mit der Marke
- Greifbarkeit der Marke
- Crossmediale Vernetzung
- Langfristiges Vertrauen
- Wecken von Emotionen
- Positive Markenerlebnisse



THEMEN & SCHWERPUNKTE

NADINEDLOUHY.COM / 83

7
VORTRAGSTHEMA

D

INNOVATION & DIGITALISIERUNG



Mensch 4.0

ERFOLGREICH IN EINER DIGITALISIERTEN WELT.

HEADLINE: Mensch 4.0

SUBLINE: Erfolgreich in einer digitalisierten Welt.

KEYWORDS: Digitalisierung, Potentialentwicklung, Mensch, Individualisierung, Employer Branding, Innovationsfaktor, Sichtbarkeit, Human Branding, Persönlichkeit, Platzierung, Arbeitgebermarke, Zukunft



THEMEN & SCHWERPUNKTE

NADINEDLOUHY.COM / 84

In der Zusammenarbeit mit Unternehmen und als Dozentin einer namhaften Hochschule werde ich oft gefragt, wo und wie ich die Unternehmen und ihre Menschen in der Zukunft sehe. Nach Industrie 4.0 und Digitalisierung 4.0 kommt jetzt auch der Mensch 4.0? Braucht der Mensch ein Update?

Der Mensch hat die Digitalisierung erschaffen. Schafft die Digitalisierung und die damit verbundene künstliche Intelligenz nun den Menschen als Arbeitskraft ab oder muss im Zeitalter der Maschinen und der Digitalisierung das Konstrukt Mensch neu gedacht werden?

Ein klares Nein! In Zeiten der Digitalisierung muss sich der Mensch dringender denn je auf seine Stärken-DNA besinnen. Ich wage eine revolutionäre Aussage: **In einer Zeit, in der wir durch Emojis fühlen, „danke Alexa“ sagen und nicht „danke Schatz“, Siri fragen und nicht Mama, muss es wieder mehr „menscheln“.**

DAS STREBEN NACH INNOVATION. INNOVATIONSFAKTOR MENSCH.

Die ganze Welt strebt nach immer neuer Innovation, sie ist fester Wirtschaftstreiber. Denn der Mensch ist in der Lage, neue Wirklichkeiten zu schaffen und eigenständig Lösungen anzubieten. **Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar: Ohne Kreativität und Fantasie gibt es KEINE Lösungskompetenz.** Dass manche Menschen die Digitalisierung fürchten, ist durchaus verständlich. Viele Jobs fallen weg, jedoch ist dies auch ein Fortschritt bzw. eine Chance. Die Frage ist dabei nur: Wer nutzt sein Chanceticket und bringt sein Potential gewinnbringend mit ein? Ich sage hierzu **sehr klar: Die Wahrheit ist dem Menschen zumutbar.** Wer aufgrund eines Fortschritts Stillstand erlebt, hat im Grunde genommen nur den Zug verpasst. Sie sollten sich jetzt aber nicht an den Bahnhof stellen und auf den nächsten Fortschritt warten. Dies wird Sie nur noch weiter zurückwerfen.



THEMEN & SCHWERPUNKTE

Verstehen Sie die Digitalisierung als Chance und öffnen Sie sich für die damit verbundenen Potentiale. Die Digitalisierung ist in aller Munde, verändert unsere Kommunikation und damit auch unser Leben rasant.

Ein Beispiel: Sprechen Sie algorithmisch? Nein? Warum nicht? Wenn Sie nach Italien ziehen, lernen Sie doch auch die Sprache, um zu kommunizieren. Unsere kommunikative Welt funktioniert immer mehr mit Algorithmen. Eine Sprache, die die meisten Menschen weder kennen noch beherrschen. Doch es ist **Fakt: Die Digitalisierung gehört zur Unternehmenskommunikation und muss Berücksichtigung finden.** Aus diesem Grund ist es die dringende Aufgabe von Arbeitgebern, ihre Mitarbeiter an die digitalisierte Kommunikation und den richtigen Umgang mit ihr heranzuführen und sie als eine selbstverständliche Kommunikation in den beruflichen Alltag einzubauen und authentisch zu leben.

FAZIT:

Innovation ist die Kunst, Altes und Bekanntes durch neue Augen zu sehen. Der Erfolg wird gefördert durch die Summe unserer Potentiale, die Intelligenz, diese in den Markt und die Herzen der Menschen zu platzieren. Werden Sie vom Unternehmensbewohner zum Unternehmensgestalter und zum eigenen Initiator Ihrer Zukunft.

MEHRWERTE:

- Kontrolle
- Chancenpotential
- Menscheln als Human Innovation
- Innovation als Wirtschaftstreiber
- Zukunftssicherheit
- Vorreiterrolle
- Fortschritt statt Stillstand
- Chancen und Möglichkeiten für die Menschen

NADINEDLOUHY.COM / 85

ANWESENHEITZEIT
IST KEINE
ARBEITSZEIT.

1:1 / MENTORING
ERFOLG GIBT RECHT

CONSULTING
WISSEN IST MACHT!

SEMINARE
ACT ON FACT!

VORTRÄGE
WORDS ON FIRE!





TRAIN YOUR
Focus
WISSEN
— IST —
MACHT.



Wir [...] Jahre auf der Suche [...] strategischen Kommunikationspartner [...] fühlen uns derzeit wirklich angekommen [...] We are so happy!

**KREISVERBAND BMW – KÖLN,
LEVERKUSEN, RHEINISCH-BERGISCHER KREIS**



Wir danken Nadine Dlouhy für die ausgesprochen eloquente und professionelle Moderation auf unserem 50 jährigen Verbandsjubiläum des BDS. Nadine Dlouhy führte menschlich sowie pointiert durch die 7 Interviews unserer Vorstände und Verbandsmitglieder. Sie schaffte dabei eine perfekte Balance zwischen historisch ernsten Themen und dem Fokus auf die jeweiligen persönlichen Geschichten. Insgesamt ist es Nadine Dlouhy gelungen, den großen Bogen der vergangenen 50 Jahre für das Publikum zu spannen und menschlich zu beleuchten. Wir danken [...] für die Bereicherung des 50 jährigen Verbandsjubiläums des Bundesverband Deutscher Stahlhandel.

**Oliver Ellermann, Vorstand
BDS AG**

„Danke, Nadine Dlouhy, für einen großartigen Vortrag mit vielen Impulsen. Impulse zum Nachdenken, Impulse zum Umsetzen und für die persönliche Entwicklung. Chapeau!“

MARGIT SCHMITZ
BVMW

„Since my earliest involvement with Nadine Dlouhy and her team [...] to be world class in many ways [...] Their approach, ideas and implementation has always been fair, courteous and above all, professional in every respect. [...] thank you very much!“

VINCENZO MAZZOLA
ASO GROUP

„Nadine Dlouhy überzeugt auf ganzer Linie durch ihre fachliche Kompetenz, gepaart mit ihrem unvergleichlichen Stil, Zuhörer auf eine lehrreiche wie spannende Reise mitzunehmen!“

L. TRAPANI
FIRMA

„Ein sehr inspirierender Vortrag – klasse! Bitte mehr davon.“

MANFRED LAHR
ART DISPLAY



”

NADINEDLOUHY

Erfolgreiche
Kommunikation
heißt Umsetzung.



LIVE IN ACTION

Expertin für strategische
Markenentwicklung
und Positionierung.
Kommunikationsexpertin Nr. 1,
Unternehmerin,
Keynote-Speakerin
und Mensch.







VIDEO LIVE ERLEBEN
SCAN QR CODE



ERFOLG

wird gefördert durch die Summe
unserer Potentiale, die Intelligenz,
diese in den Markt und die Herzen
der Menschen zu platzieren.



TESTIMONIALS

NADINEDLOUHY.COM / 98



TESTIMONIALS

NADINEDLOUHY.COM / 99

→ MARKE BEDEUTET ←
HALTUNG

”

NADINEDLOUHY

Die eigene DNA sollte im Interesse von Angebot und Nachfrage intelligent und geschärft in den Markt und in die Herzen der Menschen gepflanzt werden.





Interview mit Nadine Dlouhy

.....
DIE EXPERTIN FÜR STRATEGISCHE MARKENENTWICKLUNG UND
POSITIONIERUNG. SIE STEHT FÜR **IMAGE. MACHT. ERFOLG.**
.....

NADINE DLOUHY entwickelt Unternehmen, andere beraten
Unternehmen – das macht sie gefragt. Wie keine andere schafft
es die Amazon Bestsellerautorin, die strategische Gesamtaus-
richtung des Unternehmens im Fokus zu halten und in eine starke
Umsetzung zu bringen. Sichtbar und messbar.

GASTBEITRAG / INTERVIEW BEI
www.unternehmer.de

1. FRAU DLOUHY, WAS ZEICHNET IHRER ANSICHT NACH EIN VERTRAUENSWÜRDIGES UNTERNEHMEN AUS?

Ein vertrauenswürdiges Unternehmen zeichnet sich durch seine Authentizität, seine eindeutige Haltung und ein starkes, emotionales Image aus – und zwar nach Innen wie nach Außen.

Die eigene DNA sollte im Interesse von Angebot und Nachfrage intelligent und geschärft in den Markt und in die Herzen der Menschen gepflanzt werden, um das Markengefühl beim Endverbraucher zu stärken. Hierzu können die Dynamiken des Marktes zur langfristigen Zukunftsgestaltung genutzt werden.

Gute Beispiele für die Erlebbarkeit in den sozialen Medien sind die Unternehmen der Automobilbranche wie BMW oder Mercedes-Benz, welche Millionen von Followern

haben und täglich durch neue visuelle Beiträge ihre Präsenz im Internet stärken. Auch das Image der Geschäftsführung kann hierbei eine entscheidende Rolle spielen.

Beeindruckende Beispiele hierfür sind Persönlichkeiten wie Elon Musk oder der bereits verstorbene Steve Jobs, welche mit ihrer persönlichen Haltung Vertrauen geschaffen haben und somit die Marke zur entscheidenden Wirtschaftskraft entwickeln konnten.

DIE MÄCHTIGEN VORTEILE DES UNTERNEHMENS-TRUST-BUILDINGS:

1. Steigerung der Marktwahrnehmung nach innen und Außen.

2. Positive Beeinflussung der Mitarbeiterzufriedenheit.

3. Steigerung der Unternehmensperformance.

4. Stärkung von Loyalität und Bindung der wichtigen Mitarbeiter an das Unternehmen.

5. Schaffung eines starken Zusammenhaltes und eines soliden Gefüges in Krisenzeiten.

2. WELCHE MITTEL STEHEN UNTERNEHMEN ZUR VERFÜGUNG, UM VERTRAUEN AUFZUBAUEN? WO SETZT MAN KONKRET AN?

In einem immer härter umkämpften Markt mit Preis- und Produktgleichheit wird das Image einer Marke, eines Unternehmens, aber auch von Menschen immer mehr zur alles entscheidenden Wirtschaftskraft. Das heißt im Klartext: Konsumenten kaufen weniger das Produkt als vielmehr das Gefühl, das a) beim Kauf entsteht oder b) durch das Produkt erworben wird. Setzen Sie Ihr Unternehmensimage gezielt als „Kauftreiber“ ein. Denn: **IMAGE. MACHT. ERFOLG.**

Image ist emotionale Identität. Image ist die Sehnsucht nach einem emotionalen Mehrwert, der über Kauf und Nichtkauf entscheidet, denn wer in Zukunft seinen Platz →



Wissen ist Macht.
Die Macht der Zielgruppe.
Ein Löwe frisst keine Möhren.

im Markt halten möchte, muss sich bewegen, global denken, smart aufstellen und Expertise ins Unternehmen holen. Imageorientierte Unternehmen können auf einer Umsatz- und Wertsteigerungen von bis zu 50% aufbauen, welche über einen langen Zeitraum anhält. Image ist mehr als Sichtbarkeit.

Frei nach dem Motto: „**Sie schaffen Gutes? Dann reden Sie darüber.**“
Das macht Sie erlebbar und für Außenstehende greifbar.

Gerade soziale Netzwerke machen das in der heutigen Zeit einfacher denn je. Zudem sind die Haltung und das Trustbuilding essenzielle Faktoren, wenn es um Kaufentscheidungen geht.

Hat der Mensch Vertrauen gefasst, hilft ihm dies bei der Entscheidung.

„EMOTIONEN SCHAFFEN FAKTEN IN UMSATZ- UND WERTFRAGEN IHRES UNTERNEHMENS.“

Beim Aufbau eines vertrauenswürdigen Unternehmens setzen wir zuallererst beim Menschen an, denn **der Mensch ist Erfolgsfaktor Nr. 1.** →

”

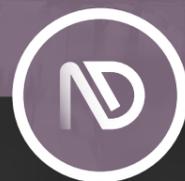
NADINEDLOUHY

Sie schaffen
Gutes? Dann
reden Sie
darüber.

ND



”
Sie sind nicht „irgendwer“,
also präsentieren Sie sich auch nicht „irgendwie“.



Das bedeutet aber auch, dass er dafür ein Ziel definiert und fokussiert, welches er dann mit einem Plan und einer Strategie nachhaltig umsetzt, sprich realisiert.

MEIN TIPP 1:

Definieren Sie Ihre Werte-DNA und schaffen einen persönlichen Fingerabdruck im Markt. Wenn wir über authentische Unternehmenswerte reden, müssen wir in allererster Linie über uns selbst reden – über die eigene Persönlichkeit, mit all

ihren Schwächen und Stärken. Auch Unternehmen haben eine Persönlichkeit, welche durch die Außendarstellung und Haltung wahrgenommen wird.

MEIN TIPP 2:

Kommunizieren und leben Sie Ihre Unternehmenswerte und Haltung verständlich und authentisch.

Sie sind nicht „irgendwer“, also präsentieren Sie sich auch nicht „irgendwie“.

Das gilt auch für Ihr Unternehmen. Die meisten Unternehmen reden über Professionalität – verfügen aber nicht darüber und verkörpern mehr Schein als Sein.

Eine starke Unternehmenshaltung erfordert eine klare Kommunikation, und zwar in erster Linie mit Klarheit für sich. Kommunikation beginnt bei einem selbst. Immer. Das Ergebnis: Authentizität. Und diese gibt wichtige Orientierung – nach Innen, wie nach Außen. →



Authentizität ist die neue Ehrlichkeit und schafft Vertrauen.

3. STICHWORT KUNUNU: Was raten Sie Unternehmen für den Umgang mit der Bewertungsplattform?

Bewertungsplattformen sollten grundsätzlich aktiv beworben werden. Damit arbeiten Sie proaktiv gegen das Problem aller Bewertungsplattformen, dass die meisten Menschen nur handeln, wenn es etwas Negatives zu berichten gibt. Positive Ereignisse werden schnell

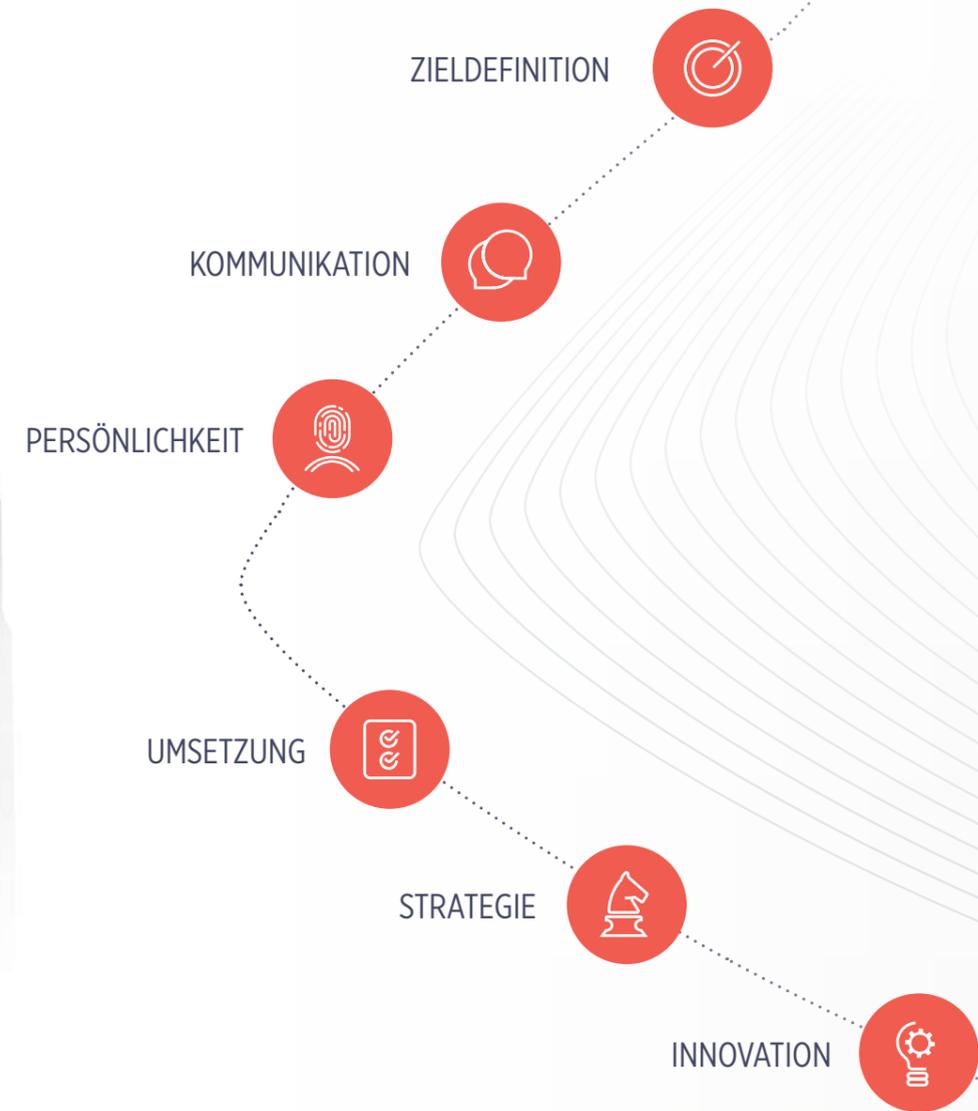
vergessen, wodurch ohne aktives Handeln nur eine geringe Anzahl an positiven Bewertungen zustande kommt. Kununu ist, wie auch andere Plattformen dieser Art, ein zunehmender Faktor des Employer Branding. XING taucht beispielsweise immer wieder in den Top-Charts der App Stores auf, was die Wichtigkeit der Plattform widerspiegelt.

Das sogenannte Netzwerken wird auch in der digitalen Welt zu einem immer größeren Faktor. Die ständige Erreichbarkeit der sozialen Kontakte

und die über den digitalen Weg einfach aufzubauende Reichweite werden diese Netzwerke auch in der Zukunft wachsen lassen.

MEIN FAZIT:

Bewertungsplattformen wie Kununu sind Markenbotschafter, und diese gilt es zu gestalten. Sie zu ignorieren bedeutet unterlassene Unternehmenskommunikation und -führung. ○



NADINE DLOUHY ALS EXPERTIN FÜR STRATEGISCHE MARKENENTWICKLUNG UND POSITIONIERUNG STEHT FÜR **IMAGE. MACHT. ERFOLG.**

5 Erfolgsgeheimnisse
effizienter Kommunikation
und Schärfung unserer
Positionierung:
Kommunizieren Sie ...

BIG
5

VERLOCKEND FÜR DIE ZIELGRUPPE.
RELEVANT IN DER BOTSCHAFT.
MUTIG IM INTERESSE DER ZIELSETZUNG.
KONSEQUENT IN DER UMSETZUNG.
UNIQUE UND AUTHENTISCH ERLEBBAR.

A person's hands are shown holding a glowing, golden globe. The globe is covered in a complex network of lines and dots, resembling a digital or data network. The person is wearing a dark jacket and a gold chain necklace. The background is dark with a faint network pattern of lines and dots, creating a futuristic and digital atmosphere.

Je mehr die Illusion zur Wirklichkeit wird, desto mehr wird sie begehrt.

DIE HOHE KUNST DES STORYTELLING.

Guter Content ist nicht nur relevant, sondern erzählt bewegende Stories, welche zur stärkeren Identifikation und Kundenbindung führen. Ein wertvolles Ziel zur Steigerung des Markenwertes. Während Werbung meist eher den Ruf des Verkäufers und des Inszenierens hatte, hat Content die Macht des Faktischen und baut auf Trustbuilding auf.

”

NADINEDLOUHY

Wenn wir über
Marktmacht sprechen,
müssen wir heute auch
über Markenmacht sprechen.





Wie werde ich als Love Brand zur Marktmacht?

WIE LERNEN KUNDEN MARKEN LIEBEN? **DIE MACHT DER LOVE BRANDS.**

„DIE WAHRHEIT IST DEM MENSCHEN ZUMUTBAR.“

In der heutigen Zeit die Brand Experience nicht vollständig auszuschöpfen, um in seinem Unternehmen für Innovationen zu sorgen, ist unterlassene Unternehmensführung.

WENN WIR ÜBER MARKTMACHT SPRECHEN... MÜSSEN WIR HEUTE AUCH ÜBER MARKENMACHT SPRECHEN.

DAS ZIEL: TO UPVALUE.

Was mir in der Seele weh tut, wie viel Potential und damit eine harte Währung auf den Straße liegengelassen wird. Ich nenne das die „**Multiplikation der Möglichkeiten**“.

MEIN TIPP:
+ SCHWÄCHEN ERKENNEN
+ POTENTIALE NUTZEN
+ STÄRKEN GEWINNEN.

Think in potentials and opportunities. Es ist nicht die Frage, wo Sie herkommen, sondern wo Sie hinwollen. Sie entscheiden, ob Sie Probleme oder Potentiale sehen. Setzen Sie Zeichen und Statements, nach innen, wie nach außen. Denn: **IMAGE. MACHT. ERFOLG.**

Auch das erstarrte Kaninchen wird von der Schlange gefressen. Hoffnung ist also keine Strategie und ein Ziel ohne Plan ist planlos. Ein vertrauenswürdige Unternehmen zeichnet sich durch Authentizität, eine eindeutige Haltung und ein starkes emotionales Image aus — und zwar nach Innen wie nach Außen.

Experience Golden Business Moments



DAS WERTVOLLSTE, WAS WIR HABEN, IST ZEIT.

Das Schönste ist, diese in goldene Momente umzuwandeln, denn alles Große beginnt im Kleinen. Das Leben besteht aus vielen dieser kleinen Momente. Daher sollte man sich der Wichtigkeit des einzelnen Moments bewusst werden und diesen gestalten. Von Tag zu Tag – mehr und mehr. Das Leben ist voller Ereignisse – machen Sie sie zu Ihren, zu goldenen Momenten.



DESIGN
#YOUR
#LIFE!!

DESIGN
YOU



Golden Moments

~~SHOULD~~
~~WOULD~~
~~COULD~~
DID



DESIGN YOUR LIFE. DESIGN YOU.

”

NADINEDLOUHY

Share your
golden moments.



NINJO



ZAMIRA



WIR BRAUCHEN MEHR

PHANTASIE

OHNE SIE GIBT ES KEINE

LÖSUNGSKOMPETENZ.



DESIGN YOUR LIFE. DESIGN YOU.

NADINEDLOUHY.COM / 127

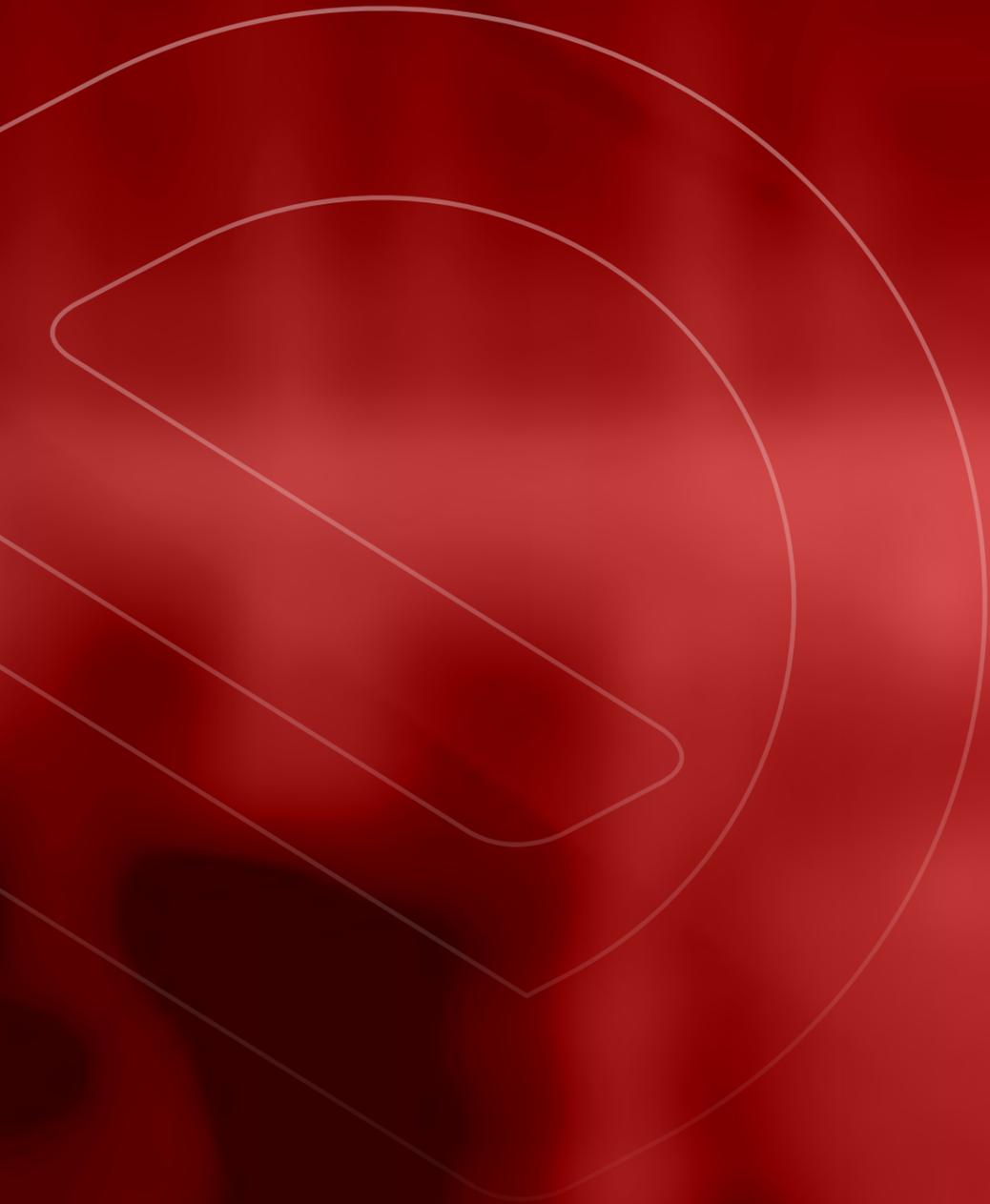


”

NADINEDLOUHY

1. Think big.
2. Unchain yourself.
3. Open your mind.
4. Don't think in limits.
5. Think in potentials and opportunities.





Think smart. Think

HUMAN.

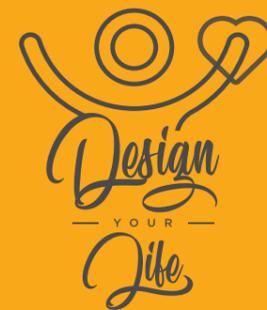




IMAGE.
MACHT.
ERFOLG.



DESIGN YOUR LIFE. DESIGN YOU.



WE MAKE PATTERNS, WE SHARE MOMENTS.

Design Your Life Box

Ein Leben besteht immer aus vielen kleinen Momenten. Daher sollte man sich die Wichtigkeit des einzelnen Moments bewusst machen und diesen gestalten. Von Tag zu Tag – mehr und mehr. Das Leben ist voller Ereignisse – machen Sie sie zu Ihren, zu goldenen Momenten. Ihr persönliches Tool zur Gestaltung Ihres Lebens.

Mit mehr als 150 exklusiven Karten sowie dem „Golden Moments Book“ zur Selbstfindung und Gestaltung Ihres Lebens. Die „Design Your Life Box“ enthält mehr als 150 Karten. Jede einzelne Karte wird Ihnen helfen, Ihr Leben neu zu gestalten und Ihnen die Möglichkeit geben, Ihr Leben aus einem neuen Blickwinkel zu betrachten.

 LEBENSQUALITÄT
 SICHERHEIT
 GESUNDHEIT

 ERFÜLLUNG
 WORK-LIFE BALANCE
 EFFIZIENZ

EXKLUSIV ERHÄLTlich BEI





PROFITIEREN SIE
VON DEN STÄRKEN
DER MEHRFACH
AUSGEZEICHNETEN
WELTMEISTERIN.

NADINE *Nadine Dlouhy* DLOUHY



”

NADINEDLOUHY

Die „Design Your Life Box“
verändert Ihr Leben!



- Erkennen und steigern Sie Ihren Mehrwert.
- Gestalten Sie Ihre Persönlichkeit und damit Ihr Leben.
- Finden Sie Ihre Stärken und setzen Sie diese gewinnbringend ein.
- Machen Sie aus Ihrem MUSS ein DARE.





VERÖFFENTLICHUNGEN VON NADINE DLOUHY

PUBLIKATIONEN / ARTIKEL / E-BOOKS



PUBLIKATIONEN / ARTIKEL



DER CHEF ALS MARKE NADINE DLOUHY



Unternehmen fordern von ihren Mitarbeitern verstärktes Engagement im Bereich Employer Branding. Doch die wenigsten Firmenlenker gehen mit gutem Beispiel voran.

PUBLIKATIONEN / ARTIKEL



MADE IN GERMANY NADINE DLOUHY



Die luxuriöse und teilweise arrogante Haltung, dass „Made in Germany“ selbstverständlich Türen öffnet und einen sicheren Platz am Verhandlungstisch bedeutet, wird sich in den kommenden Jahren deutlich verändern.



IMAGE MIT ZUKUNFT NADINE DLOUHY



Vom Start-up und Gründer zum erfolgreichen Unternehmens- und Leadership Brand. In Zeiten eines immer härter umkämpften Marktes mit Preis- und Produktgleichheit wird das Image einer Marke, eines Unternehmens, aber auch von Menschen immer mehr zur alles entscheidenden Wirtschaftskraft.



SOCIAL MEDIA MARKETING NADINE DLOUHY



Was für B2C funktioniert, kann für B2B nicht schlecht sein. Nach diesem Credo entdecken immer mehr Unternehmen das Social Media Marketing für Ihre Unternehmenskommunikation.



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ NADINE DLOUHY



Welche Maßnahmen sind notwendig, dass nicht nur die KI wächst, sondern vor allem auch das „Human Potential to direct it“? Dabei sein reicht nicht mehr aus. Die Vormachtstellung Deutschlands wackelt.



TRUSTBUILDING NADINE DLOUHY



Ein vertrauenswürdiges Unternehmen zeichnet sich durch Authentizität, eine eindeutige Haltung und ein starkes emotionales Image aus – und zwar nach innen wie nach außen.



ERFOLGREICHE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION NADINE DLOUHY



Eine klare Kommunikation lässt keinen Platz für Unklarheiten. Sie ist interpretationsfrei und schafft Fakten. Fakt ist auch: Bei allem Höher-Schneller-Weiter unterliegen wir alle, ob Mensch oder Unternehmen, der Austauschbarkeit.



INFLUENCER MARKETING NADINE DLOUHY



Was sind Influencer? Influencer sind für Unternehmen in umkämpften Märkten von Preis- und Produktgleichheit als entscheidende Wirtschaftskraft optimal eingesetzt.



CONTENT ÜBERHOLT WERBUNG NADINE DLOUHY



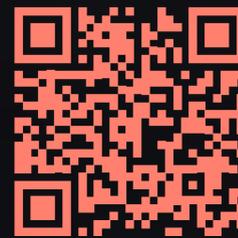
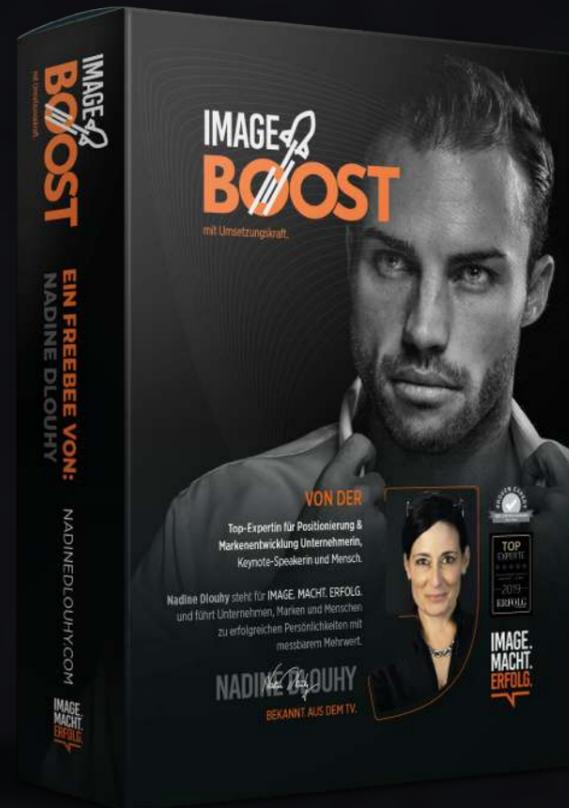
Die meisten Unternehmen und Marketingabteilungen haben noch nicht verstanden, dass die Zeit des Umdenkens und Handelns gekommen ist. Das größte Potential gewinnbringender Unternehmenskommunikation liegt im Content.



SOCIAL MEDIA MARKETING NADINE DLOUHY

Strategie „Content“: 24/7 Kundenkontakt und Steigerung der Reichweite.

Was für B2C funktioniert, kann für B2B nicht schlecht sein. Nach diesem Credo entdecken immer mehr Unternehmen das Social Media Marketing für ihre Unternehmenskommunikation. Doch die Wahrheit ist – dabei sein reicht nicht mehr aus.



BOOST YOUR IMAGE NADINE DLOUHY

- Mehr Marktwert. Trustbuilding. Sichtbarkeit.
- Schafft eine klare Positionierung.
- Führt Sie zu mehr Sichtbarkeit im Markt.
- Bildet Ihren Expertenstatus.
- Erreicht Ihre Wunschkunden.
- Bietet Ihnen vereinfachte Vernetzungen.

Image Booster +Umsetzungskraft





”

NADINEDLOUHY

Fakt ist, noch nie
konnten Unternehmen
ihren Kunden so nah sein:
24/7 und 365 Tage im Jahr.
Mehr Zielgruppe geht nicht.

— (ND) —





Erfolg hat eine Auszeichnung.

Nutzen Sie die Möglichkeit der Bewertung durch eine zelebrierte Auszeichnung in einer Vielzahl an Kategorien. Gerne lassen wir Ihnen weitere Details zu den unterschiedlichen Kategorien und Möglichkeiten der Auszeichnung zukommen.

Ausgezeichnete Unternehmen erhalten einen Mehrwert durch den Faktor des Trustbuildings und verzeichnen einen deutlich spürbaren Image Boost.

- + CELEBRITY
- + INFLUENCER
- + INKLUSION
- + HUMAN BRAND / MANN
- + HUMAN BRAND / FRAU
- + VERBÄNDE
- + START-UP
- + INTERNATIONAL
- + INNOVATION
- + FINANCE
- + SOZIALES
- + DIGITALISIERUNG



D I E K A T E G O R I E N



LEADERSHIP IMAGE — AWARD —

LEADERSHIP IMAGE AWARD LIA AWARD D/A/CH

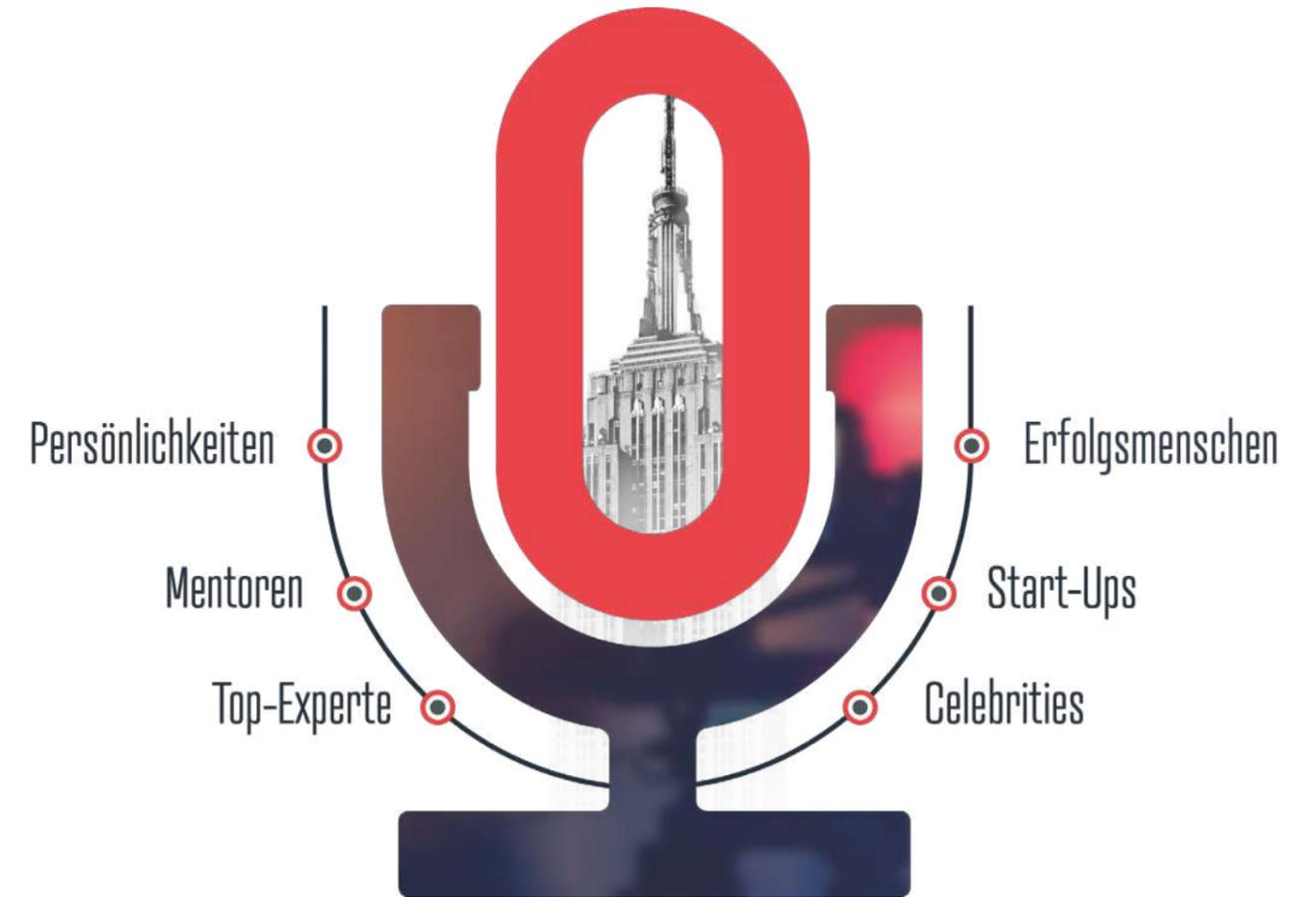
Der LIA-Award zeichnet Menschen und Leader aus, die sich und ihr Unternehmen in einer entsprechenden LIA-Kategorie zukunftsorientiert im Markt positioniert haben. Ein Gewinner des LIA-Awards ist ein Unternehmensgestalter und kein Unternehmensbewohner und zeichnet sich durch seine markante und authentische Haltung aus. In Zeiten von mehr Schein als Sein braucht es mehr denn je Persönlichkeiten mit Mehrwert und Substanz.

NADINE *Nadine Louhy* LOUHY
AND
— Friends —



Wie geht Erfolg?

Im IMAGE MACHT. ERFOLG. Podcast treten bekannte und aufstrebende Persönlichkeiten auf, welche eine Geschichte zu erzählen haben oder Expertin/Experte zu einem Thema sind. Auch reguläre Interviews oder Talkrunden sind über den IMAGE. MACHT. ERFOLG. Podcast möglich. Gerne können wir auch über von Ihnen vorgegebene Themen diskutieren.



AUTHENTIZITÄT IST DIE NEUE EHRlichkeit
UND SCHAFFT VERTRAUEN.

MACHEN SIE AUS
VERLEBEN ERLEBEN.

”

NADINEDLOUHY

SOFT FACTS ZU HARD FACTS.

EMOTIONEN SCHAFFEN FAKTEN
IN UMSATZ- UND WERTEFRAGEN
IHRES UNTERNEHMENS.



Nadine Dlouhy // Unternehmerin,
Business Mentorin, Keynote-Speakerin,
Autorin und Mensch
T +49 (0) 221 56933-325
M +49 (0) 174 2108686
nadine@dlouchy.de
Claudius-Dornier-Str. 5b, D 50829 Köln

EDITORIAL: BrandLite GmbH

FOTOS: BYOAND, Dominik Duprez,
Silvia Steinbach Fotografie

Seite 8-9 by Helena Lopes on Unsplash
Seite 10-11 by Jake Blucker on Unsplash
Seite 24-25 by Yuriy Garnaev on Unsplash
Seite 29 by Leio McLaren on Unsplash
Seite 40-41 by Alex Iby on Unsplash
Seite 42-43 by Almos Bechtold on Unsplash

Seite 46 by Debby Hudson on Unsplash
Seite 47 by Amanda Dalbjorn on Unsplash
Seite 48 by Alex Iby on Unsplash
Seite 49 by Richard Jaimes on Unsplash
Seite 49 by Kevin Delvecchio on Unsplash
Seite 49 by Max Ostrozhinskiy on Unsplash
Seite 49 by Ethan Hoover on Unsplash
Seite 49 by Designecologist on Unsplash
Seite 49 by Adrian on Unsplash
Seite 50-51 by gbarkz on Unsplash

🐦 twitter.com/NadineDlouhy
📘 facebook.com/DlouhyNadine
📷 instagram.com/DlouhyNadine
🌐 linkedin.com/in/nadine-dlouhy-217b26ab
🔗 xing.com/profile/Nadine_Dlouhy
🌐 de.wikipedia.org/wiki/Nadine_Dlouhy

Werden Sie
erfolgreich und sichtbar.
+49 (0) 221 56933-325

LET'S
BRANDTALK
SCAN QR CODE



NADINEDLOUHY.COM / 156



NADINEDLOUHY.COM / 157

VISIONEN
— **WERDEN VON** —
MENSCHEN
GELEBT.



NADINEDLOUHY.COM

D I E S T R A T E G I N