

HI, I'M KARIN
THIS IS MY SHORT
PORTFOLIO

MARKETING COMMUNICATION

BRANDING / VISUAL IDENTITY

GRAPHIC DESIGN / ART DIRECTION



NEW POSITIONING OF THE SWISS WATCH BRAND TITONI (SWITZERLAND) IN THE CHINESE MARKET || Conception Corporate Design. Image concept. Soft logo redesign. Design letterhead, business card, ads, brochure, posters, website, POS.



**TITONI'S NEW DESIGN
WON TWO AWARDS**

- ReBrand™ 100 Global Award
- Transform Award
(Gold in the category
«Luxury Goods»)



Magazine ad



Old and new POS



Warum müssen wir jetzt handeln?

Die Honigbiene als Wildtier stirbt aus

Die letzten frei lebenden Bienenweiden werden allzu vereinzelt oder gehen von selbst aus. Die letzten artreichen Insekten-Reservate (Luchensee) in Kontakt mit dem Gebiet. Der Befruchtungsbedarf von Bienenweiden steigt und die Reserven, die Bienenweiden haben, sind zu klein, um die Honigbiene in ihrer Zukunft stark überlebensfähig und immer kräftiger zu machen. Für eine Wiederherstellung in die Natur wird täglich oder nur mehr mit grossen Aufwand möglich.

Bild links: Honigbiene im Flug

Bild rechts: Honigbiene auf Blüte



Wetterere Bienenarten werden kommerzialisiert durch den Einsatz von Bienenweiden und Bienenweiden, die in der Natur nicht existieren.

Wetterere Bienenarten werden kommerzialisiert

Aber die Honigbiene werden heute auch kommerzialisiert und nur überleben, wenn sie in der Natur überleben können.

In der Schweiz werden aktuell die Zucht und die Vermehrung der gefälschten, massenproduzierten, Längstflügeligen Honigbiene, die in der Natur überleben können, nur eine Frage der Zeit.

Der natürliche Bienen-Genpool geht verloren

Die Bienen werden fast nur noch importiert und gezielte Züchtungen durch Züchter gehalten. Die Vermehrung soll über genetische Manipulationen durchgeführt werden. Gleichzeitig wird die Honigbiene weiter auf Leistungsfähigkeit getrimmt. Neue aufkommende Krankheiten und Parasiten erfordern wiederum genetische Manipulationen. Insekten können bald schon vorgeschrieben werden, nur noch kommerziell gezielte Klone zu züchten.

Pflanzen werden von Insekten unabhängig gemacht

Multiplizieren Sieglerpflanzen, welche Pflanzen annehmen, die künstlich und ohne Bestäuber vermehrt werden können. Solche gentechnisch veränderten Pflanzen sind nicht nur mehr Naturerzeugnisse, sondern pro Gewichtsbasis auch höhere Nährstoffgehalte liefern. Die Langzeitfolgen auf die Natur bleiben weitgehend unberücksichtigt. Bienen werden immer weniger, wenn ihre Bienen die genetisch geschützten Pollen verlieren.



Wer bestäubt nach der Biene?

Der Mensch wird zu jedem von ihm geschaffenen Problem eine Lösung finden, sei es gut oder weniger gut für die Umwelt. Der Preis der Jahrweissensleistung, ganz speziell im biologischen Bereich, ist im letzten 40 Jahren, ist wohl gestiegen. Wer davon Profit ziehen möchte, unterstützt Organisationen, die sich dem entgegenstellen.



Schützt die frei lebenden Honigbienen



Route des Piarrettes 34
CH-1724 Montreux



Publikationen

Wege in eine moderne, nachhaltige Bienenhaltung

Das Konzept reichte André Werminger im Mai 2012 an Bund, Kantone und Schweizerland ein. Er trägt damit auf, wie die aktuellen Probleme Schritt für Schritt durch eine moderne und nachhaltige Bienenhaltung gelöst werden können. Das Konzept ist die Gründungsvorstandsglieder von FREETHEBEE zusammen.

Zeitgemässe und zielgerichtete Imkermethoden

Neue Informationen und wissenschaftliche Grundlagen wurden verwendet für eine erweiterte Lagerübersicht. Die gängige Imkerei wird neu strukturiert und das Konzept zeigt auf, wie eine produktive Imkerei parallel zu einer natürlichen Honigbienerpopulation, im Gleichgewicht, für Mensch und Natur stehen kann. Für die europäische Imkerei völlig neu ist die Definition und Einführung von vier grundlegenden Imkermethoden.

Alternatives Varroabekämpfungskonzept

Der Schwermilch dient als selbstreinigende Basis für eine alternative Varroabekämpfung mittels ätherischer Öle kann der steigende Effekt über die Brutpaare bezüglich Virusabwehr beobachtet werden. Das Konzept ist die Diversifikation zu anderen Bekämpfungsmethoden zu betrachten.

Inspektion einer Warré Beute im Stablibau/Naturbau

Auch eine Bienenweide mit Naturweiden (Das Stabli) lässt sich erfolgreich durch Bienenweiden realisieren. Das Konzept wurde mit der Region West (Romandie) der Vereinigung der Schweizer Kantonspräsidenten und Kantonspräsidenten (KSP) als Hilfe für die Inspektion angeordnet.

Honigbienenhaltung für Nicht-Imker

Auch Natur- und Bienenweiden, welche nicht nurgenetisch importiert werden, können gehalten werden. Das Konzept zeigt auf, wie eine produktive Imkerei parallel zu einer natürlichen Honigbienerpopulation, im Gleichgewicht, für Mensch und Natur stehen kann. Für die europäische Imkerei völlig neu ist die Definition und Einführung von vier grundlegenden Imkermethoden.

Warré Bienenhaltung heute in der Schweiz

Die Warré Bienenhaltung ist heute ein wichtiges Grundgedächtnis für Verantwortungsbewusstsein und Naturnaher Arbeit. Heute, jedoch hat sich die Natur von Natur entfernt. Unser Konzept zeigt den Weg auf, wie die Warré-Philosophie unser heutiges Bienenweidenbedingungen präzisieren kann.

Links

Offizielle Bienenbehörden Schweiz

www.blm.admin.ch/Blm/04611
Bund der Imkerinnen und Imker (BII)
Schweizerische Imkerzeitung (SI)
www.schweizerischeimkerzeitung.ch/

Bienenforschungstudien

www.bienenforschung.ch/

Partnerschaften

FREETHEBEE ist ein Projekt, nicht ein Unternehmen. Wir sind eine Gruppe von Menschen, die sich für die Bienenweiden einsetzen und die Natur zu schützen. Wir sind eine Gruppe von Menschen, die sich für die Bienenweiden einsetzen und die Natur zu schützen.

Partnerschaften

FREETHEBEE ist ein Projekt, nicht ein Unternehmen. Wir sind eine Gruppe von Menschen, die sich für die Bienenweiden einsetzen und die Natur zu schützen. Wir sind eine Gruppe von Menschen, die sich für die Bienenweiden einsetzen und die Natur zu schützen.

BROCHURE FOR FREETHEBEE (SWITZERLAND)
Corporate design, brochure design.

Foreword by Jonathan Farrington,
CEO of Top Sales World



CUSTOMERIZED SELLING®

Learn How Customers Want You To Sell

PHIL KREINDLER



2

WHAT B2B CUSTOMERS REALLY EXPECT

Be a salesperson who understands how customers define good selling

What makes a good salesperson? Most vendor organisations have their own idea, based on what they think customers expect. But do they know for sure? Do they go to any trouble to find out? Although they carefully research what customers expect of products and services, are they equally diligent when it comes to customer expectations of their salespeople? Sadly, our research shows that in most cases they do not. That's a mistake!

The first point in the Customerized Selling Manifesto says, "Understand how your customers define good selling". Let's dig a little deeper into Infoteam's research. In our most recent survey in collaboration with the Harvard Business Manager, we interviewed 300 customer executives to see what they expect when evaluating potential suppliers and where they see the greatest need for improvement. The interviewees from Europe, USA and Asia work in 13 different industries and all interact directly with vendor salespeople, and regularly buy products and services with a value of at least €75,000. We then interviewed 200 sales leaders in vendor organisations, who sell directly in a business-to-business or public sector environment, covering the same 13 industries as customer respondents.

Global man-
CEO of the
n a meet-
eeting.

represent
granted a
can add

you will
ther than

people sit
on. Then,
ough, but
ing their

ave a real

hat a po-
nd a pre-
ndor who
media for
mselves?

and chal-
re a much
ow good
ting peo-

infoteam
SALES PROCESS ARCHITECTS

WINNING COMPLEX SALES™ (WCS)

Edition 2018

Maximising your chances of winning current and future sales opportunities

WORKSHOP SCHEDULE

TIMING	DAY 1	DAY 2
08:30 – 09:40	Workshop Objectives Opportunity Roadmap Select and Introduce Examples Opportunity Qualification	Ideal Sales Process Mutually Agreed Action Plan Action Plan to Win
09:40 – 10:00	Break	
10:00 – 12:30	Buying Centre Analysis	Win-Loss Analysis Meeting Preparation
12:30 – 13:30	Lunch	
13:30 – 15:15	Understanding Customer Needs Individual Value Propositions Deal One-Pager	Practice Opportunity Planning
15:15 – 15:30	Break	
15:30 – 17:30	Business Case Competitive Strategy	Implementation and Reinforcement Workshop Evaluation
17:30 – 18:30	Evening Assignment (optional)	
19:30	Team Dinner	

WORKSHOP GOALS

- IMPROVE WIN RATE** and maximise profitability by identifying and eliminating sales process deficits
- GAIN COMPETITIVE ADVANTAGE** by developing your sales process into a USP
- IMPROVE TEAMWORK AND COACHING** through a common sales language and tool-kit
- INCREASE FORECAST ACCURACY** through better understanding of and influence on the buying process
- ACHIEVE FAST AND SUSTAINED IMPACT** through real-case learning and effective implementation in daily business

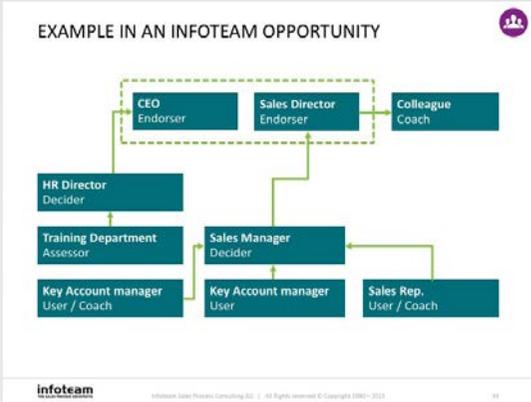
TEAM BRIEFING

Team Assignment – 20 minutes
Introduce case to team and complete Opportunity Description

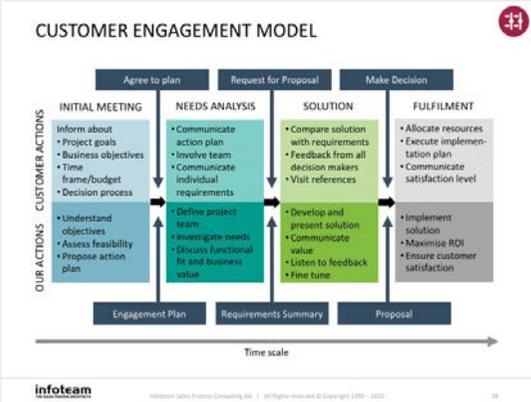
- Outline the history of activities
- Discuss understanding of customer goals
- Define sales objective and solution offering
- Determine the people and skills required to win
- Quantify the size, budget and timing of the opportunity
- Highlight strengths and concerns

- Pre-course assignment
- Opportunity Roadmap
- Pocket guide, coaching questions and stickers
- Flipchart to list possible actions

OPPORTUNITY QUALIFICATION AT A GLANCE

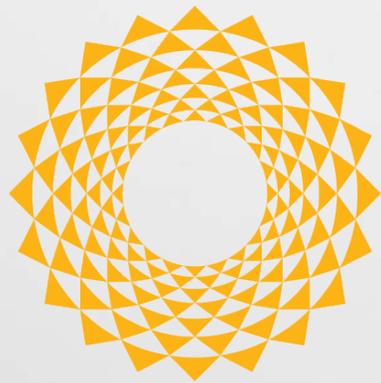


ACTIVITY TIME



THANK YOU FOR YOUR PARTICIPATION

We wish you success in applying the concepts



INNER GUIDANCE



INNER GUIDANCE

Inner Guidance Institute Amara Samaha
Ubud, Bali +62 31 8310571985 amarasamaha@gmail.com innerguidanceinstitute.com amarasamaha.com



LOGO, LETTERHEAD, BUSINESS CARD FOR INNER GUIDANCE HEALING INSTITUTE (BALI)



NEW POSITIONING AND REBRANDING FOR THE TELECOMMUNICATION COMPANY CABLEX (SWITZERLAND) || Member of the Corporate Design team. Soft logo redesign. Design letterhead, brochure, factsheets. Image concept, organisation and Art Direction Shooting. Image retouche.

INSEPARABLE



FOR THE ULTIMATE PIN FEELING



The strong integrated pin system, the Enduro® bearings, a wide platform with a concave surface, the ultra-light weight as well as the distinctive colors and styling make the Predator pedal a class of its own. Even great for riding.



twenty6

Twenty6 Products
Distributed in Switzerland by 27turns.com

FLYER FOR THE BIKE-COMPONENTS-DISTRIBUTOR 27TURNS (SWITZERLAND)

Idea and concept. Design. Text. Planning and Art Direction Shooting. Production.



Hodentumore sind die häufigste Krebsart bei Männern 20-40 jährig.

Wir sind für Sie da.
Uroviva – Spezialisten für Urologie.

Eine Klinik und elf Praxen im Raum Zürich.
www.uroviva.ch

uroviva
SPEZIALISTEN FÜR UROLOGIE



Jeder dritte Mann leidet unter Sexualstörungen.

Wir sind für Sie da.
Uroviva – Spezialisten für Urologie.

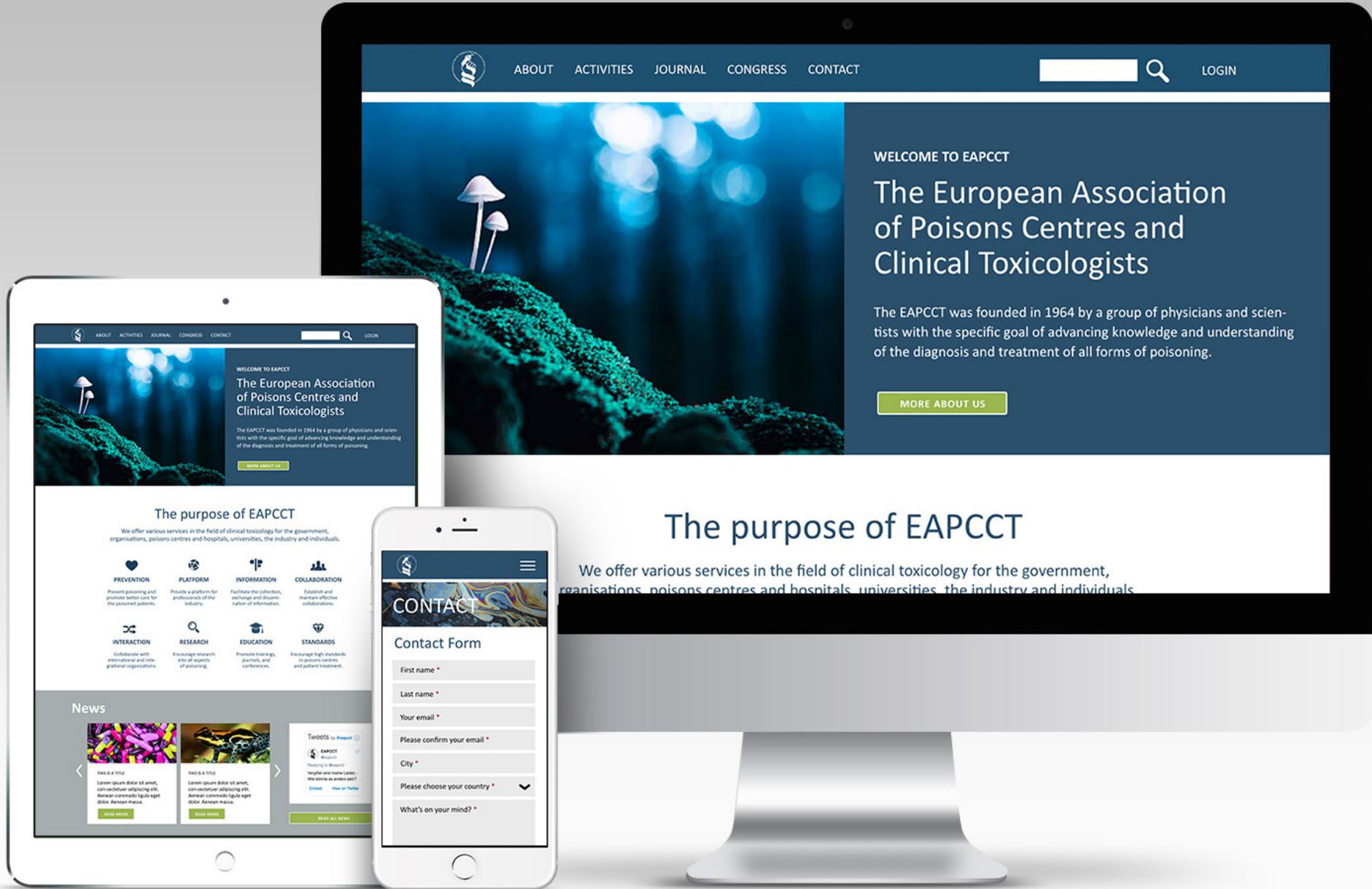
Eine Klinik und elf Praxen im Raum Zürich.
www.uroviva.ch

uroviva
SPEZIALISTEN FÜR UROLOGIE





LOGO, LETTERHEAD, BUSINESS CARD FOR THE SWISS HAUTE COUTURE DESIGNER MARIA BOOG



RESPONSIVE WEBDESIGN FOR EAPCCT (SWITZERLAND)
Information architecture, design, images.

