

# Ein gutes Gefühl lässt sich vermarkten.

RCC positioniert ein neues Produkt am Gesundheitsmarkt und entwickelt eine zugkräftige Dachmarkenstrategie.

Digitale Health-Solutions sind international auf dem Vormarsch. Viele Menschen legen Wert auf Produkte und Services aus den Bereichen Fitness, Wellness, Beauty und Gesundheit. Hierbei spielt die Beobachtung und Auswertung individueller Gesundheitsdaten eine große Rolle.

## Die Herausforderungen

Der RCC-Kunde Med-con-professional GmbH beabsichtigt, einen neuartigen Service in der Sparte der Health-Solutions auf den Markt zu bringen. Bei diesem Service der Zukunft handelt es sich um ein System für die Erfassung, die Dokumentation, Auswertung und Kommunikation von individuellen Gesundheits- und Fitnessdaten wie Blutdruck, Blutzuckerwerte, Gewicht etc. Dieses System basiert auf einem innovativen Telemonitoring-Komplettpaket inklusive der notwendigen Infrastruktur, die beliebig integriert und erweitert werden kann. Diesen strukturell und technisch neuartigen Service galt es, bekannt zu machen und attraktiv zu positionieren, damit Marktpotenziale im Hinein- und Heraus-Verkauf optimal ausgeschöpft werden können.

## Wie löst RCC die Aufgaben?

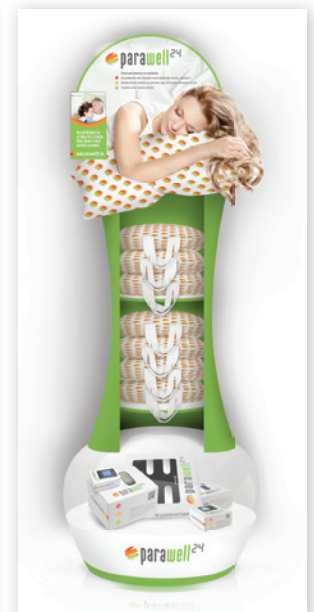
RCC entwickelte eine umfassende Positionierungsstrategie inklusive der Entwicklung eines ausdrucksstarken und merkfähigen Markennamens. RCC kreierte ein dem Service entsprechendes Agenda-Setting für PR-Maßnahmen und alle Marketingbausteine für den Hinein- und Heraus-Verkauf. Außerdem analysierte RCC die Marktchancen und benannte aussichtsreiche Testmärkte.



Umsetzungsbeispiel: Packaging



Umsetzungsbeispiel: Deckenhaenger & Display



Umsetzungsbeispiel: Logo