

17. Markenstrategie- Seminar

Lernen Sie, wie Sie sich erfolgreich positionieren
und Kundinnen und Kunden langfristig binden.

15. - 17. Mai 2024, Nürnberg

Ihr konkreter Nutzen: Sie erlernen

- Ihre eigene Markenstrategie zu erarbeiten
- bereits vorhandene Markenstrategien besser zu nutzen
- den Zusammenhang zwischen Marke und Unternehmensergebnis
- die Bedeutung der internen Markenführung
- Methoden zur wirksamen Markenführung
- die Führung strategischer Diskussionen



Das Bewusstsein für die Bedeutung der Marke wächst – glücklicherweise. Denn mit einer konsequent geführten Marke kann ein Unternehmen langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein – auch in Krisenzeiten.

Das hat seinen Grund: die Marke ist das wichtigste Wertschöpfungsinstrument, das wir kennen.

Das sind die Besonderheiten des Seminars:

- Wechsel zwischen Theorie und Praxis
- Echte Praxisfälle, an denen Sie während des Seminars arbeiten
- Hoher Praxisbezug und Impulse durch Referenten
- B2C- und B2B-Marken werden behandelt
- Intensive gecoachte Gruppenarbeit
- 100 % Weiterempfehlung aller ehemaligen Seminarteilnehmer
- Dinner-Networking mit kulinarischen Highlights und Weinkunde

Ihre Coaches



Colin Fernando
Partner



Tabea Höllger
Executive Consultant

Bewertung des Markenstrategieseminars

Gesamteindruck	★★★★★	(4,7)
Methodische Vorgehensweise	★★★★★	(4,8)
Diskussionsmöglichkeiten	★★★★★	(4,7)
Praxisbezug	★★★★★	(4,9)

Das sind die Themenschwerpunkte des Lehrgangs:

- Rolle der Marke für Wachstum und Profit
- Bedeutung und Analyse des Markenkerns
- Analyse und Management des Markenstils
- Kompetitive Markenpositionierung
- Strategieerstellung und Umsetzung in die Praxis
- Operatives Markenmanagement

Zielgruppe

Unternehmer, Geschäftsführer, Brand/Marketing Manager, Marketing-/ Vertriebsleiter. Das Seminar ist auch ein idealer Einstieg in die Markenwelt und kann zum Onboarding neuer Kolleginnen und Kollegen genutzt werden.



* Befragung aller Teilnehmenden des Markenstrategie-Seminars mittels Fragebogen

Ablauf

Tag 1: 15. Mai 2024 (8:30 - 18 Uhr mit anschließendem Abendprogramm)

- Begrüßung und Kennenlernen
- Einführung in das **Markenmanagement**
- BrandTrust Performance Monitor**: Wie attraktiv und bekannt ist Ihre Marke im Vergleich zu Ihren Mitbewerbern?
- 12:30 - 14:30 Uhr: Lange Mittagspause mit Bürozeit
- Markenkernanalyse**: Was macht Ihre Marke einzigartig, überlegen, speziell, abgrenzungsrelevant, werthaltig und erfolgreich?
- Markenstilanalyse Teil 1**: Wie können Sie Ihre Marke in zahlreiche Stilelemente übersetzen, sichtbar und sofort identifizierbar machen?
- ab 19 Uhr: Gemeinsames Abendprogramm
Zeit zum Netzwerken und Austauschen

Tag 2: 16. Mai 2024 (8:30 - 18 Uhr mit anschließendem Abendprogramm)

- Markenstilanalyse Teil 2**
- Resonanz und Brand Community**: Was sagen die Fans Ihrer Marke und welche Attraktivitätstreiber für die Markenpositionierung können daraus abgeleitet werden?
- Trendanalyse**: Welche Trends und Nährböden sind für Ihre Marke relevant und welche potentiellen Auswirkungen haben diese auf Ihre Marke?
- 12:30 - 14:30 Uhr: Lange Mittagspause mit Bürozeit
- Markenpositionierung Teil 1**: Das Herzstück einer Markenstrategie. Welches ambitionierte Ziel soll Ihre Marke erobern?
- ab 18:30 Uhr: Gemeinsames Abendprogramm
Zeit zum Netzwerken und Austauschen

Ablauf

Tag 3: 17. Mai 2024 (8:30 - 15:30 Uhr)

- **Markenpositionierung Teil 2**
- **Markenstrategische Prinzipien:** Welche Leitlinien steuern die Entwicklung Ihrer Marke?
- 12:30 - 14 Uhr: Mittagspause mit Bürozeit
- **Markenregeln:** Mit welchen einfachen Regeln können Sie Ihre Marke steuern und im operativen Alltag sowie an den Kontaktpunkten anwenden?
- Einführung **Brand Touchpoint Management**
- Abschlussritual

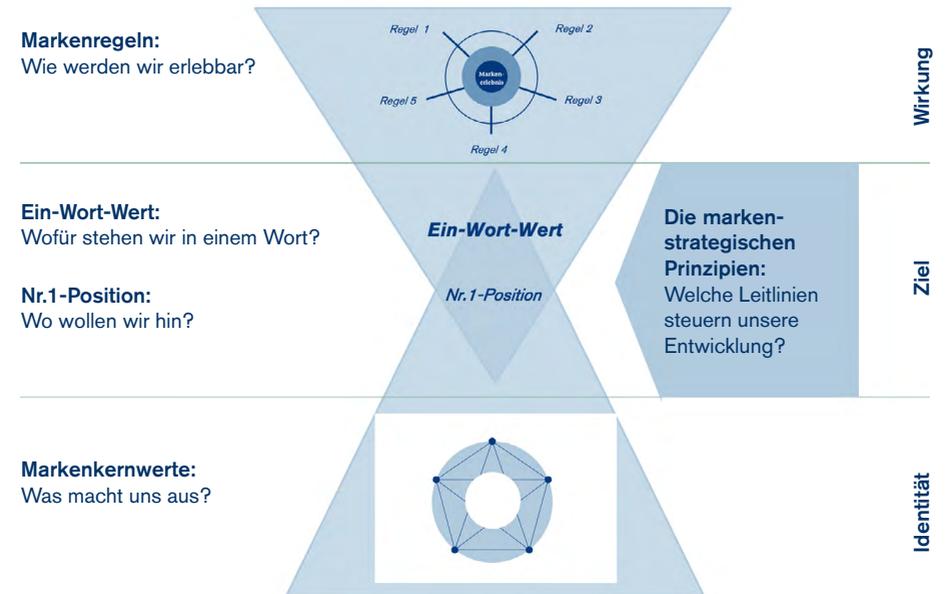
Im Nachgang

- Dokumentation mit Workshop-Ergebnissen und Werkzeugen zur direkten Anwendung im Unternehmen
- Bei Interesse: Austausch im Nachgang über Erkenntnisse, Umsetzungen, Inspirationen mit den Seminarteilnehmenden (via Social Media-Gruppen)



Ergebnis nach 3 Seminartagen: Erarbeitete Markenstrategie

Sie erlernen die Kernkompetenz, eine Strategie klar auf einer Seite darzustellen. In den Workshops erarbeiten Sie die Markenstrategie für die Praxisfall-Steller und wenden die erlernte Theorie direkt an.



„Das Seminar bietet einen gelungen Mix aus Theorie und Praxis, der für Markenbeauftragte/Brand Manager – unabhängig vom Erfahrungsgrad – sehr wertvoll ist. Die laufende Beratung durch die Seminarleiter in Kombination mit den unterschiedlichen ... Perspektiven der Seminarteilnehmer, ermöglicht ... eine konstruktive und umfassende Analyse der Markenstrategie. All das in einer sehr offenen und motivierenden Atmosphäre.“

„Learning by doing at its best! Das Seminar war extrem praxisnah gestaltet – sowohl in der Vermittlung des theoretischen Grundlagenwissen, als auch in den zur Verfügung gestellten Unterlagen vor Ort und im Erarbeiten eines echten Beispielfalles. Hinzu kommt ein perfektes Rund-um-sorglos-Paket von der Buchung über das Rahmenprogramm bis zum Abschied.“

Reingard Meiche, Abteilungsleitung Marketing & PR bei
Zürcher Kantonalbank Österreich AG

+ Details und Online-Anmeldung auf unserer Website unter Für Neugierige > Lehrgänge

Preis **2.940 €** zzgl. MwSt.

Early Bird: Wer sich bis zum 16. Februar 2024 anmeldet, erhält 15 % Rabatt. Ab dem 2. Teilnehmer aus dem gleichen Unternehmen gewähren wir 10 % Rabatt.

Lokalität

BrandTrust Living Room. Im Herzen Nürnbergs befindet sich das Office von BrandTrust, das bereits mit dem German Design Award ausgezeichnet wurde. Hervorragende Workshop-Räume und beste Technik sowie eine Wohlfühl-Atmosphäre warten auf die Teilnehmenden.



Übernachtung

Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer im Sorat Hotel Sax zum Preis von ca. 115 EUR/Nacht (Frühstücksbuffet zzgl. 14 EUR).



Beratung

Eva Stockhausen
+49 (0) 911 / 9 33 57-44, eva.stockhausen@brand-trust.de

Teilnahmebedingungen

Die Mindestteilnehmerzahl beträgt 8 Personen, die Maximalteilnehmerzahl 12 Personen. Nach Eingang Ihrer verbindlichen Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich per E-Mail) ist bis 45 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte, ab 30 Tagen vorher die komplette Summe des Teilnahmebeitrages erhoben. Werbeagenturen sind von der Teilnahme ausgeschlossen, da das Seminar auf unternehmerische Interessen ausgerichtet ist.