

PRESSE INFORMATION

Brand Touchpoint Intensiv-Training für Markenmanager:

Markenkontaktpunkte in der Customer Journey als Chancen erkennen und managen – digital und global

Nürnberg, 4. Juli 2019: Hat sich die Relevanz von Brand Touchpoints durch die Digitalisierung auf Kundenseite verändert? Sind die Budget noch richtig verteilt? Wie gelingt es, einen Markenkontaktpunkt zu emotionalisieren? Wie messe ich, ob ein Markenkontaktpunkt tatsächlich markenkonform ist? Wie lassen sich all diese Themen operativ und strategiekonform handhaben? Diese Fragen können nicht ignoriert werden, denn sie haben allesamt direkte Auswirkung auf die Differenzierung und Durchsetzungskraft der Marke im Markt – und auf den Erfolg des Markenmanagers und Marketingleiters im Unternehmen.

Markenerfolg sichtbar machen und steuern

Die wachsende Zahl von Brand Touchpoints stellt auch erfahrene Markenmanager vor bisher unbekannte Aufgaben. Je mehr Kanäle eine Marke bespielen muss, und je höher die Zahl der Länder und Märkte in denen eine Marke auftritt, desto größer ist die Gefahr, dass die Marke ein „Eigenleben“ entwickelt. Und damit sind längst nicht nur das Erscheinungsbild und die CI gemeint.

Die Managementberatung BrandTrust hat deshalb ein 2 ½-tägiges Intensiv-Training für Markenmanager, Marketingleiter sowie Kommunikationsleiter aus B2B und B2C Unternehmen entwickelt, bei dem das Management von Markenkontaktpunkten im Fokus steht. Das Wissen aus über 15 Jahren Erfahrung bei der Steuerung von Marken, ergänzt durch die enge Zusammenarbeit in Beratungsprojekten mit Markenmanagern aus familiengeführten Firmen und Großunternehmen sind in die Konzeption eingeflossen.

Inspiration und Praxis pur

Wie bei allen BrandTrust Seminaren gibt es auch hier maximalen Praxisbezug. In Kleinstgruppen werden reale Cases mit Unterstützung durch Coaches bearbeitet. Bereichernde Impulse garantieren die Gastreferenten Dr. Helene Karmasin, Leiterin Institut Karmasin Behavioural Insights, Otto Steiner, Inhaber Steiner Sarnen Schweiz AG sowie Dr. Christian Liebl, Brand Management Mercedes-Benz Pkw, Daimler AG.

Die BrandTrust Trainer Bernhard Scholz, Senior Brand Consultant, und Stephanie Hofer, Brand Consultant, vereinen Erfahrung aus zahlreichen Kundenprojekten unterschiedlichster Branchen und inspirierende Frische für die Optimierung des eigenen Brand Touchpoint-Managements.

Der fünfte Brand Touchpoint Management Lehrgang von BrandTrust findet vom 18. bis 20. Oktober 2019 auf der Kaiserburg in Nürnberg statt.

Weitere Informationen und Anmeldung:

<https://www.brand-trust.de/de/lehrgaenge/markenkontaktpunkt-lehrgang.php>

Über BrandTrust

BrandTrust ist die führende Managementberatung für wirksame Marken im deutschsprachigen Raum. In 11 Industry Competence Centern begleiten die Beraterteams die marktführenden Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung von regionalen und globalen Markenstrategien mit dem Ziel, die Profitabilität und das Wachstum ihrer Marken systematisch und zukunftsorientiert zu erhöhen. Viele der Kunden sind Unternehmen aus Fortune 500, DAX 30, M-DAX, ATX und SMI in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Norditalien. BrandTrust ist weltweit tätig und verfügt neben dem Sitz in Nürnberg und Wien über Repräsentanzen in Zürich und Ljubljana.

www.brand-trust.de

PRESSEKONTAKT

Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer, Lindengasse 3, D 90419 Nürnberg

Tel. +49 911/ 300 349-30, info@pr-heinhoefer.de