



Seminar Praxisorientierte Markenführung 07. und 08. Juni 2016

Markenführung ist eine der zentralen Managementfunktionen des 21. Jahrhunderts.

Das zweitägige Seminar ist eine „Tour de Raison“ durch alle wichtigen Bereiche der Markenführung. Von der Analyse über die Strategie bis hin zur Umsetzung und Kontrolle.

Anmeldeschluss: 06. Mai 2016

Seminar Employer & Internal Branding 08. und 09. November 2016

Mitarbeiter und Marke gehen Hand in Hand. Starke Marken helfen, die richtigen Bewerber für ein Unternehmen anzuziehen. Bestehende Mitarbeiter beeinflussen wiederum das Image der Marke maßgeblich. Wir ergründen gemeinsam mit Ihnen, wie Sie mit einer starken Arbeitgebermarke die richtigen Mitarbeiter gewinnen und die Marke im Denken, Fühlen und Handeln verankern können.

Anmeldeschluss: 07. Oktober 2016

Weitere Informationen unter www.esch-brand.com

Ist Ihre Markenführung bereit für die Digitalisierung?

Dominik Brendel / Natalie Adler

Die Digitalisierung stellt die Markenführung vor erhebliche Herausforderungen. Sich mit seiner Marke von anderen abzuheben und in der Transparenz nicht zu verschwimmen, dem digitalen Kunden das Maß an Interaktion zu geben, das er wünscht oder die unzähligen Kontaktpunkte markenkonform zu bespielen sind nur einige wenige. Sind Sie bereit das Orchester der Digitalisierung zu dirigieren?

ja nein

1. Haben Sie eine klare strategische Basis?

- Haben Sie eine klar definierte Markenidentität und Positionierung, sodass Ihre Kunden ein klares Bild Ihrer Marke – online wie offline – haben?
- Haben Sie Ihre Markenidentität und Positionierung bezüglich den gestiegenen Kundenerwartungen betreffend Authentizität und Differenzierung überprüft?

2. Wie reagieren Sie auf die Veränderungen des Kundenverhaltens?

- Haben Sie Ihre tägliche Markenkommunikation dem durch die Digitalisierung veränderten Kundenverhalten angepasst?
- Bieten Sie offene Interaktions- und Dialogmöglichkeiten zwischen Ihren Kunden und Ihrer Marke?
- Reagieren Sie zeitnah auf Kunden-Feedback im digitalen Raum?

3. Wie managen Sie Ihre Kontaktpunkte?

- Erfüllen Ihre Online-Kanäle die Anforderungen an eine höhere User Experience, wie Einfachheit, Übersichtlichkeit und Schnelligkeit im Angebot?
- Bereiten Sie den Content kanalspezifisch auf und beachten dabei die Wichtigkeit der Inhalte für den Kunden?
- Gleichen Sie die Inhalte der einzelnen Kontaktpunkte in Gestaltung und Content mit Ihren Markenwerten ab und achten auf ein einheitliches Markenerleben?
- Erfassen Sie die Customer Journey Ihrer Zielgruppe ganzheitlich, d.h. erfassen Sie sowohl die Online- als auch die Offline-Kontaktpunkte?
- Überprüfen Sie Ihre Kontaktpunkte regelmäßig auf deren Wirksamkeit nach einem klar definierten Vorgehen und einheitlichen KPIs?