

# Seminar – Praxisorientierte Markenführung

Anmeldeschluss  
14.07.2009

Das zweitägige Seminar ist eine „Tour de Reason“ durch alle wichtigen Themen der Markenführung und der Kommunikation.

- Das Seminar richtet sich an das obere und mittlere Management aus den Bereichen Markenmanagement, Kommunikation, Werbung, Personalentwicklung, Marktforschung und Mediaplanung.
- Markenführung ist eine der zentralen Managementfunktionen des 21. Jahrhunderts. Wofür steht die Marke und was differenziert sie vom Wettbewerb? Wie kann eine Markenidentität und -positionierung abgeleitet werden und was sind Hindernisse auf dem Weg dorthin? Wie können Marken bei den Mitarbeitern wirkungsvoll verankert werden? Wie kann die Markenidentität an allen relevanten Markenkontaktpunkten umgesetzt werden? Wie wirkt Kommunikation und wie kann diese effektiv und effizient gestaltet werden? Im zweitägigen Seminar praxisorientierte Markenführung werden genau diese Fragen beantwortet und veranschaulicht, welche Erfolgsfaktoren zu berücksichtigen sind.
- Neben zahlreichen Beispielen aus der Praxis werden die Teilnehmer die Gelegenheit bekommen, den vermittelten Stoff an Hand von Case Studies anzuwenden und gemeinsam in der Gruppe Lösungen zu präsentieren und zu diskutieren. Profitieren Sie von der langjährigen Erfahrung und Expertise unserer Referenten. Nach dem Besuch des Seminars werden Sie in der Lage sein, das vermittelte Wissen in der Praxis anzuwenden und die zentralen Hindernisse und Erfolgsfaktoren im Blickfeld zu haben.

**Termin:**

22. und 23.09.2009 (zweitägig)

**Anmeldeschluss:**

14.07.2009

**Agenda: 22.09.2009**

- 08.45–09.00 Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer
- 09.00–09.45 Macht starker Marken
- 09.45–10.00 Kaffeepause
- 10.00–12.30 Markenidentität und Ableitung von Markenpositionierung
- 12.30–14.00 Mittagessen
- 14.00–15.00 Case Study 1
- 15.00–17.30 Markenstrategische Optionen: Markendehnung
- 17.30–18.00 Kaffeepause
- 18.00–19.00 Case Study 2
- 19.00–20.00 Gemeinsames Abendessen

**Agenda: 23.09.2009**

- 09.00–10.30 Behavioral Branding: Erläuterung der Bedeutung der Markenführung nach innen
- 10.30–10.45 Kaffeepause
- 10.45–12.00 Umsetzung nach außen: Entwicklung von Kommunikationskonzepten I
- 12.00–13.30 Mittagessen
- 13.30–15.15 Umsetzung nach außen: Entwicklung von Kommunikationskonzepten II
- 15.15–15.30 Kaffeepause
- 15.30–17.00 Umsetzung nach außen: Entwicklung von Kommunikationskonzepten III
- 17.00–18.00 gemeinsame Diskussion aktueller Fragestellungen aus dem Teilnehmerkreis und Abschluss des Seminars