

Wie machen wir aus unserem Unternehmen eine Marke?

Das Produkt und das Unternehmen voran bringen

Was ist das Ziel?

Eine starke Marke trägt eindeutig zum Unternehmenserfolg bei – denn sie besitzt das Potenzial, vorhandene und potenzielle Kunden für die Produkte und das Unternehmen zu gewinnen. Unverzichtbar ist daher die Ausrichtung des Unternehmens mit einer eindeutigen Markenstrategie.

Die Einzigartigkeit des Produkts und des Unternehmens wird über die Marke transportiert – sie gibt dem Kunden gegenüber ein Versprechen ab. Daher ist es wichtig, sich dieses Versprechen genau zu überlegen und es anschließend zu halten. Nur so kann das Vertrauen der Kunden in die Marke und das Unternehmen aufgebaut und gestärkt werden.

In diesem Seminar entwickeln Sie erste Ansätze zum optimierten Einsatz vorhandener und zur Entwicklung neuer Marken. Erfahren Sie, wie Sie Ihre Marke intern und extern zum Leben erwecken, um ihren langfristigen Wert zu sichern.

Wen sprechen wir an?

Unternehmensleitung, Marketing- oder Vertriebsleiter, Produktmanager, Kommunikations- oder Werbemanager und Fach- oder Führungskräfte mit Marketingverantwortung

Was sind die Inhalte?

- Marken: wieso – weshalb – warum?
- Kundenwünsche und Kundenerwartungen versus Markenversprechen – die Psychologie der Marke
- Markenreichweite und Markenpositionierung
- Markenarchitektur und Basisstrategien zur Profilierung von Marken
- Einzelmarkenstrategie
- Mehrmarkenstrategie
- Markenfamilienstrategie
- Dachmarkenstrategie
- Markentransferstrategie
- Der Einsatz von Marken im Wettbewerb – der Markenauftritt
- Was bringt die Beschäftigung mit Marken und die Entwicklung von Marken – die Markenkontrolle
- Marken im 21. Jahrhundert

Teilnehmerzahl: 4 bis 12 Personen



Trainer

Thomas Mavridis
DIE PR-KANZLEI,
Friedrichshafen

Dauer

1 Tag, 09:00 bis 17:00 Uhr

Termin

22. April 2016

Meldeschluss

29. März 2016

Veranstaltungsort

Weinkulturgut Longen-Schlöder, Longuich

Buchungs-Nr.

UAT52

Preis

590,00 €