



Der Marken-Manager

12 Stufen zum erfolgreichen Marken-Management

Zertifikat
in Kooperation mit der
Hochschule Fresenius Köln



Inhaltsübersicht

- Leitfaden zur Entwicklung profilstarker Marken
- Effektive Markenverankerung bei Mitarbeitern
- Integrierte Markenkommunikation
- Optimale Steuerung und Überwachung von Marken
- Grenzübergreifender Markenschutz
- Markenerweiterungen gezielt durchführen
- Etablierung effizienter Markenallianzen
- Eliminierung schwacher Marken
- Neue Märkte durch Innovationen erschließen

Lehrgangsziel

Starke Marken stellen heutzutage 20 bis 60% des Unternehmenswertes dar. Damit ermöglichen es profilierte Marken, sich nicht nur langfristig und erfolgreich gegenüber in- und ausländischen Wettbewerbern abzugrenzen, sondern auch profitabel zu wachsen. In diesem Zertifikatslehrgang wird Ihnen das nötige Wissen aus den Bereichen Strategieentwicklung, Implementierung, Markenkommunikation, -controlling und -bewertung für den Erfolg Ihrer Marken anschaulich vermittelt. Anhand vieler praktischer Beispiele lernen Sie die wichtigsten Instrumente und Methoden zum Aufbau und Führen starker Marken kennen. Darüber hinaus stellen Ihnen unsere Experten die aktuellen Trends vor!

Ihre Referenten

Prof. Dr. Karsten Kilian (1. Tag)

ist Gründer des größten deutschen Markenportals „Markenlexikon.com“. Seit über 10 Jahren lehrt er an in- und ausländischen Hochschulen und berät mittelständische Unternehmen in markenstrategischen Fragen. Zuvor war er mehrere Jahre als Consultant bei Simon-Kucher & Partners sowie als Marketingleiter tätig.

Karlheinz Illner (2. und 3. Tag)

ist Lehrbeauftragter für nachhaltiges Marketing & Führung an der Hochschule Fresenius Köln und internationaler Markenexperte. In den letzten Jahren hat er diverse namhafte Marken beraten. Zuvor war er als Brand Manager, Marketingleiter und bei der renommierten Markenberatung Added Value tätig.



Stimme zum Lehrgang

„Sehr positiv, viele neue Ansatzpunkte gewonnen, aktueller Praxisbezug. Viele Beispiele.“

Judith Krempl, OPED GmbH

Zielgruppen

- Vorstand/Geschäftsführung
- Leitung Brandmanagement
- Brandmanager/-innen
- Leitung Produktmanagement
- Produktmanager/-innen
- Junior Produktmanager/-innen
- Leitung Marketing
- Marketingverantwortliche aus Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Dienstleistungsunternehmen
- Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen der Abteilungen
 - Marketing
 - Vertrieb
 - Werbung
 - Kommunikationdie sich mit dem Marken-Management im Unternehmen beschäftigen

Zertifikat in Kooperation mit:



Sie haben die Möglichkeit zu den behandelten Themen einen Test abzulegen und dadurch ein **hochwertiges Zertifikat** zu erlangen.

07. bis 09. November 2017 in Mainz

Inhalt

1. Tag 9.30 Uhr

Aufbau einer starken Marke

Erfolgsfaktoren starker Marken

- Bedeutung von Marken für Unternehmen
- Relevanz und Nutzendimensionen von Marken im B2B und B2C

Markenidentität und Markenwerte

- Abgrenzung von Markenidentität und Markenimage
- Anforderungen an Markenkern und Markenwerte
- Entwicklung von Markenprofilen mit der KURS-Methodik

Markenelemente und Markenschutz

- Namensentwicklung mit der ZEBRAS-Methodik
- Claims, Logos, Schlüsselbilder & Co. gezielt auswählen
- Grenzübergreifender Markenschutz (z.B. mit EU-/IR-Marke)

Markenverankerung bei Mitarbeitern

- Sektor- und unternehmensbezogene Markenrelevanz der Mitarbeiter
- Ermittlung der Markenorientierung
- Ansatzpunkte und Instrumente zur internen Markenverankerung

Test zur Erlangung des Zertifikats

Der Test ist freiwillig. Bei Nicht-Teilnahme erhalten Sie eine Teilnahmebescheinigung für die Veranstaltung.

17.30 Uhr Ende des ersten Lehrgangstages

2. Tag 8.45 Uhr

Eine starke Marke managen

Markenpositionierung und Markeneinführung

- Methoden zur Ermittlung der Markenposition
- Effiziente Markenpositionierung bei der Zielgruppe
- Faktoren einer erfolgreichen Markeneinführung

Integrierte Markenkommunikation

- Konsequente Umsetzung integrierter Markenkommunikation
- Auswahl und Bewertung geeigneter Kommunikationsmittel
- Markenerlebnisse und Emotionalisierung von Marken

Markencontrolling und Markenbewertung

- Ermittlung von geeigneten Key Performance Indicators
- Optimales Marken-Monitoring (z.B. mit dem Markenauftrichter)
- Markenbewertungsansätze (z.B. das Markensteuerrad)

Markenstärkung durch Customer Insights

- Insights vs. klassische Marktforschung
- Innovative Methoden zur Gewinnung der Insights
- Best Practice: Customer Insights in Markenkampagnen umsetzen

17.30 Uhr Ende des zweiten Lehrgangstages

3. Tag 8.45 Uhr

Mehrere starke Marken managen

Einmarkenstrategie vs. Mehrmarkenstrategie

- Markenhierarchien und Markenportfolios
- Einzel-, Familien- und Dachmarkenstrategie im Vergleich
- Markenstrukturoptionen: Vom Markenhaus bis zum Haus der Marken

Markendehnung

- Produktlinienerweiterung gezielt durchführen
- Markenerweiterungen optimal auswählen
- Interne und externe Einflussfaktoren der erfolgreichen Markendehnung

Markenallianzen erfolgreich nutzen

- Geschickte Markenanreicherung (z.B. Ingredient Branding)
- Chancen und Risiken des Co-Brandings
- Möglichkeiten und Grenzen beim Einsatz von Testimonials

Markenkonsolidierung und Neumarkenkonzepion

- Strategische Markenmigration und Markeneliminierung
- Beurteilung alternativer Möglichkeiten
- Durch Innovationen neue (Sub-)Kategorien schaffen

Test zur Erlangung des Zertifikats

Der Test ist freiwillig. Bei Nicht-Teilnahme erhalten Sie eine Teilnahmebescheinigung für die Veranstaltung.

17.00 Uhr Ende der Veranstaltung und Verabschiedung

Anmeldeformular Fax Nr.: 06 11 - 2 36 00 60

Bitte ausfüllen und faxen!

Teilnahmegebühr: € 1.795,- zzgl. MwSt.

In der Gebühr sind Tagungsgetränke, Pausenkaffee, Mittagessen, Get-together am ersten Abend sowie eine Dokumentation enthalten. Bei Teilnahme von mehreren Mitarbeitern desselben Unternehmens gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer einen Preisnachlass von 15 % für diesen und jeden weiteren Teilnehmer.

So melden Sie sich an:

Per Telefax an: 0611 - 2 36 00 60
Per E-Mail an: anmeldung@fff-online.com
Im Internet unter: www.fff-online.com

Teilnahmebedingungen/Rücktrittsgarantie

Bei Stornierung der Anmeldung bis 14 Tage vor dem Seminartermin erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 60,- zzgl. MwSt. Danach bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers wird die Teilnahmegebühr berechnet. Eine Vertretung des gemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich. Wir behalten uns vor, notwendige inhaltliche und/oder organisatorische Änderungen vor oder während der Seminarveranstaltung vorzunehmen, soweit diese den Gesamtcharakter des Seminars nicht wesentlich ändern.

Zimmerreservierung

Für Teilnehmer an diesem Seminar steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu Sonderkonditionen zur Verfügung. Setzen Sie sich bitte direkt mit dem Hotel unter Berufung auf das Forum für Führungskräfte in Verbindung.

Datenschutz

Ihre Daten werden für die interne Weiterbearbeitung Ihres Auftrages verwendet. Darüber hinaus werden sie für Zwecke der postalischen Werbung für unsere eigenen Veranstaltungen oder derjenigen von verbundenen Unternehmen verwendet. Bei Angabe Ihrer E-Mail-Adresse (freiwillig) erhalten Sie auch per E-Mail Informationen über interessante Veranstaltungen. Wenn Sie mit der beschriebenen Verwendung Ihrer Daten zur künftigen Information über unsere Angebote nicht einverstanden sind, teilen Sie uns dies bitte z. B. per E-Mail an datenschutz@fff-online.com mit oder streichen Sie den entsprechenden Teil dieser Datenschutzhinweise.

3-Tage Zertifikatslehrgang: Der Marken-Manager

Seminar-Code: 17MV-MM

07. bis 09. November 2017 in Mainz
Novotel Mainz, Telefon: 06131 - 95 40

1. Name	Vorname
Position/Abteilung	E-Mail
2. Name	Vorname
Position/Abteilung	E-Mail
Firma	Branche
Straße/Postfach	
PLZ	Ort
Telefon	Telefax
Datum/Unterschrift	