

NEXT LEVEL BRAND MANAGEMENT

Marken tiefer verstehen und erfolgreicher führen. Auch in stürmischen Zeiten.

Die Marke ist das Herz und der Motor der Unternehmensstrategie und ein mächtiges Führungsinstrument. Markenerfolg treibt nachweislich Unternehmenserfolg. Dies gilt immer, aber besonders in Zeiten des Wandels. Marken stehen in der aktuellen Zeitenwende vor großen Herausforderungen: Die Budgets sind unter Druck, die Kosten steigen, Kunden erwarten attraktive Angebote, Shareholder stabile Ergebnisse und gleichzeitig tobt der Kampf um gute Mitarbeiter.

In dieser Situation wird die Marke zu einem zentralen Erfolgsfaktor. Sie zieht Menschen an: Kunden und Mitarbeiter. Sie schafft Preisbereitschaft und sichert Loyalität. Sie fokussiert Ressourcen und gibt Orientierung für Innovation. Doch damit die Marke diese Kräfte entfalten kann, braucht es ein gemeinsames Markenverständnis in der Organisation, fundiertes Wissen und das richtige Instrumentarium zur Markensteuerung und Erfolgsmessung.

Zum Glück existiert mittlerweile umfangreich validiertes Wissen zur Entstehung von Markenkraft und Markenwachstum, gerade auch aus dem anglo-amerikanischen Raum. Dort wurden in den letzten Jahren besonders viele Mythen der Markenführung empirisch widerlegt, Erfolgsprinzipien für Markenstrategien erforscht und Instrumente zur Markensteuerung entwickelt. Einige der erfolgreichsten internationalen Marken nutzen beispielsweise bereits KI basierte Tools, um die Effizienz und Effektivität ihres Brand Managements systematisch zu optimieren. In vielen deutschen Unternehmen sind diese Erkenntnisse und Werkzeuge jedoch nur unzureichend bekannt und selten im Einsatz.

Das Seminar vermittelt das aktuelle Wissen der Markenforschung, erklärt diese anhand von Best-Practise Cases und gibt den Teilnehmern praxiserprobte Modelle an die Hand. Für mehr Entscheidungssicherheit und Durchsetzungsfähigkeit im Unternehmensalltag.

SEMINARINHALT

- Wie beeinflusst Markenerfolg den Unternehmenserfolg?
- Wie überzeugt man CEOs und CFOs von der Bedeutung der Marke?
- Wie wirken Marken in der Emotional Experience Economy?
- Wie wichtig ist Targeting vs. Reichweite?
- Warum sind Category Entry Points wichtiger als Personas?
- Was ist das optimale Investitionsverhältnis zwischen Marke und Absatzkommunikation?
- Welche Rolle spielen multisensorische Brand Assets für den Markenerfolg?
- Die 7 Erfolgsprinzipien effektiver Markenkommunikation.
- Warum ist KI ein echter Gamechanger im Marketing?
- Welche Rolle spielen Purpose, Plattform-Kapitalismus und The Big Quit für die Zukunft der Markenführung?

Termin und Ort

17. Oktober 2024
10 – 17 Uhr

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42
10117 Berlin

Teilnahmegebühr

595,- EUR

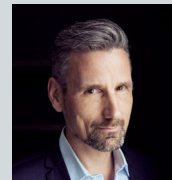
Jeder Teilnehmer erhält eine Dokumentation sowie ein Buchexemplar der Referenten.

Kontakt und Anmeldung

M. veranstaltung@markenverband.de
T. +49 30 206168-38
F. +49 30 206168-777

Hier geht es zur [Online-Anmeldung](#)

Referenten



Olaf Hartmann

Multisense Institut und
Host des Podcasts
„Markenkraft“



Uwe Munzinger

Munzinger Brand &
Experience GmbH

Beide Referenten sind in der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (GEM), der Forschungsplattform im Netzwerk des Markenverbandes, aktiv.

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer. Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich mit unseren [AGB](#) und [Datenschutzbestimmungen](#) gemäß DSGVO einverstanden.