

## Was Marken unwiderstehlich macht – Die Top 10 der 101 Wege zur Begehrlichkeit

### Aufbau von Bekanntheit kostet Geld – Aufbau von Begehrlichkeit bringt Geld

Marken, die zwar bekannt sind, aber nur über geringe Anziehungskraft verfügen, haben hohe Marketingkosten und müssen dennoch über den Preis verkaufen. Wie man die Bekanntheit einer Marke steigern kann, ist hinlänglich bekannt und steht in jedem Marketing- und Werbebuch. Aber egal wie man es angeht, ob klassische Werbung, Sponsoring, Internet oder Direktmarketing: Die Bekanntheit einer Marke zu erhöhen kostet immer Geld und ihre Profitabilität ist damit noch nicht gesichert.

Wenn Marken begehrt sind, können sie auch in gesättigten Märkten wachsen, überstehen Krisenzeiten besser als der Wettbewerb und sind in der Lage, ihre Preise am Markt besser durchzusetzen. Sie sind unvergleichlich und ragen aus dem Durchschnitt heraus. Klaus-Dieter Koch zeigt anhand konkreter Beispiele aus seiner langjährigen Beratungspraxis auf, wie die Anziehungskraft von Marken jenseits theoretischer Modelle und akademischer Strategien erfolgreich und nachhaltig gesteigert werden kann.

#### : Inhalte des Vortrags/ Seminars

- : Warum bekannt nicht gleich begehrt ist
- : Zehn Geheimtipps für eine begehrlichere Marke
- : Die Blue Ocean Strategy – Weshalb sich ein Blick über den Branchen-Tellerrand lohnt
- : Markenstilistik – Wie Sie Ihre Leistungen und Werte dem Kunden besser vermitteln können

**Hier bestellen**  
Das neue Buch  
von Klaus-Dieter  
Koch

#### : Lernziel

Inspiration und Anleitung für eine sukzessive Erhöhung der Begehrlichkeit Ihrer Marke.

### Ihr Trainer: Klaus-Dieter Koch



Der Berater, Hochschuldozent, Kolumnist und Buchautor ist durchgehend seit über 20 Jahren als Unternehmer selbständig. Er ist international gefragter Experte zu allen Themen, die Marken begehrlicher machen. Sein Know-how und seine Erfahrung gibt er jedes Jahr in über hundert Vorträgen, Seminaren und Vorlesungen rund um die Welt weiter.

#### **Themenschwerpunkte:**

- : Wachstumsorientierte Markenstrategien
- : Internationale Markenführung
- : Management von Luxus- und Premiummarken
- : Training und Coaching von Top Executives

#### **Branchenschwerpunkte:**

- : Consumer Goods & Retail
- : Financial Services & Real Estate
- : Public Services
- : Travel & Logistics

#### **Vortragssprachen:**

- : Deutsch und Englisch