

BAUMA aktuell – Hartes Geld mit weichen Faktoren

Von „Wir brauchen keine Marke, wir haben doch gute Produkte!“ und anderen fundamentalen Fehleinschätzungen im B2B-Marketing

Vor zwei Jahren befragte Brand:Trust zum ersten Mal führende Vertriebsmitarbeiter und Einkaufsverantwortliche von Kunden aus dem B2B-Bereich gleichzeitig nach möglichen kaufentscheidenden Kriterien und deren Erfüllung durch die Anbieter. Anlässlich der weltweit wichtigsten Messe im Bauzulieferbereich wurde diese Studie nun aktualisiert.

Die Studie deckt auf, welche veralteten Denkmuster die Markenführung in der B2B-Branche heute noch beeinflussen und was Sie davon lernen können.

: Inhalte des Vortrags/ Seminars

- : Welches die wirklich kaufentscheidenden Kriterien in der Bau-, Baumaschinen-, Automobil-, Chemie- und Maschinenbaubranche sind
- : Raus aus der Vergleichbarkeit – Wie Sie sich mit der Marke vom Wettbewerb abheben können
- : Die zehn wichtigsten Gesetze der Markenführung und wie diese im B2B-Bereich wirken
- : Leistungen vermitteln – Warum so viele Unternehmen mehr leisten, als sie ihren Kunden vermitteln können und wie Sie dem entgegenwirken

: Lernziel

Den guten Ruf für ein besseres Geschäft einsetzen.

Ihr Trainer: Jürgen Gietl



Der Experte für strategische Markenführung ist einer der wenigen B2B-Markenspezialisten in Europa. Er begleitet namhafte mittelständische Unternehmen und Konzerne bei der Entwicklung und Implementierung ihrer Markenstrategie. Darüber hinaus ist er Dozent an Hochschulen und Fachakademien in Deutschland (FH Coburg, BAW Nürnberg) und der Schweiz (HSW Luzern).

Themenschwerpunkte:

- : Business-to-Business-Markenführung
- : Ingredient Branding
- : Marken-Portfolio-Management/
Markenarchitektur
- : Implementierung von Markenprozessen

Branchenschwerpunkte:

- : Automotive & Assembly
- : Chemicals & Textile
- : Energy & Materials
- : Pharmaceuticals & Healthcare

Vortragssprachen:

- : Deutsch und Englisch