

Der umfassende Praxislehrgang zum  
Brand Touchpoint Management

**Brand  
Trust**

BRAND STRATEGY  
CONSULTANTS

# Spitzenleistungen erschaffen und managen

4. BrandTrust Brand Touchpoint Management-Lehrgang  
19. - 21. September 2018

**100 %**

Praxisbezug und direkte  
Anwendbarkeit

Digitale Führung Ihrer Marke

Bearbeitung realer  
Fallbeispiele

## Warum gibt es den BrandTrust Brand Touchpoint Management- Lehrgang?

Unternehmen stehen bei der Wertsteigerung durch die eigene Marke generell zwei Herausforderungen gegenüber: die eindeutige und differenzierende Positionierung der Marke und die Umsetzung dieser an allen Brand Touchpoints.

Dass oft die Umsetzung der Moment ist, an dem viele Strategien scheitern, zeigt eine 2012 veröffentlichte Studie. Diese besagt, dass 70% der erarbeiteten Markenstrategien unwirksam sind, jedoch nicht aufgrund der Formulierung, sondern weil die Umsetzungsstrategie dahinter fehlt.

Unser Ziel ist es, Ihnen in diesem 2 1/2-tägigen Intensiv-Praxis-Lehrgang Methoden vorzustellen, die Ihnen ermöglichen, erarbeitete Strategien erlebbar zu machen und zu messen – und das mit Hilfe eines langjährig bewährten Marken-Management-Systems.

### Konkreter Nutzen

- Konsistenz statt hohen Budgets – mit kleinem Budget ein einzigartiges Markenerlebnis schaffen
- Priorisierung von Brand Touchpoints
- Die eigenen Leistungen wertvoller verkaufen
- Werkzeugkasten, der sofortige Anwendbarkeit garantiert
- Ein System, das Lust macht, befähigt und nicht einengt
- Messbarkeit und höchste Transparenz
- Vereinfachung durch Digitalisierung des Brand Managements
- Ergebnissteuerung statt Leistungssteuerung

### Die Besonderheiten

- Digitale Markenführung
- Lehrgang mit realen Praxisfällen
- Intensivtraining zur Implementierung der Markenstrategie über Brand Touchpoints
- Vermittlung von Prozessen zur Priorisierung und Strukturierung des Brand Touchpoint Managements
- Markenorganisationsentwicklung und die Befähigung von Mitarbeitern, Touchpoints zu managen
- Techniken, Methodik und umfangreiche Umsetzungsideen für die Brand Touchpoint-Optimierung
- Brand Touchpoint-Controlling

## Lehrgangleiter:



**Christoph Hack**  
Executive  
Brand Consultant

Christoph Hack hat während seiner über 10-jährigen Arbeit an über 100 Strategieprojekten für viele Marken und Unternehmen – darunter u. a. Kunden wie BASF, Schwäbisch Hall, Stabilo und Intel – rund um das Thema Markenaufbau erfolgreiche Konzepte entwickelt und sie dabei auch langfristig in der Umsetzung begleitet.

Im BrandTrust-Team gilt Christoph Hack als Spezialist für Brand Touchpoint Management, Markenanalyse, Markenstrategieumsetzung und Szenarioplanung, dem visionären Teil der Unternehmensplanung.

Sie haben Fragen an Christoph Hack?

## Referenten berichten aus der Praxis:



**Dr. Helene Karmasin**  
Leiterin  
Karmasin.Behavioural Insights.



**Ulrike Wittig**  
Brand Coach  
STABILO International GmbH



**Dr. Christian Liebl**  
Manager Brand Management  
Daimler AG



**Mauro Testerini**  
CEO  
Steiner Sarnen Schweiz AG



**Philipp Stracke**  
Head of Brand Management  
EasyCredit TeamBank AG

## Beratung & Kontakt

Eva Stockhausen  
Events und Marketing  
T +49 (0) 911 / 9 33 57-44  
E [eva.stockhausen@brand-trust.de](mailto:eva.stockhausen@brand-trust.de)

# Der erste umfassende Lehrgang zum Brand Touchpoint Management

## Details

### Themen

Die Rolle des Brand Touchpoint Managements in Unternehmen ■ Bedeutung eines Brand Touchpoint-Prozesses ■ Einführung in Bewertungsgrundlagen ■ Schaffung von Markenerlebnissen ■ Lernen aus der Praxis ■ Markenbotschafter-Konzepte ■ Priorisierung von Brand Touchpoints

### Teilnehmerkreis

Markenmanager, Unternehmer, Marketing- und Kommunikationsleiter aus dem B2B- und B2C-Bereich.

Werbeagenturen sind von der Teilnahme ausgeschlossen, da der Lehrgang auf unternehmerische Interessen ausgerichtet ist.

### Arbeitsmethodik und -zeiten

Wenig Theorie, viel Praxis und Austausch sowie ausschließlich in der Praxis bewährte Methoden:

**Tag 1:** 09:30 – 18:30 Uhr  
**Tag 2:** 08:30 – 18:30 Uhr  
**Tag 3:** 08:30 – 13:00 Uhr

Am zweiten Abend findet eine Veranstaltung statt, die Teil des Lehrgangs ist und die tagsüber erarbeiteten Erkenntnisse weiter vertieft.

Die Mindestteilnehmerzahl beträgt 15 Personen, die Maximalteilnehmerzahl 25.

Die Teilnehmer und Kunden werden von den BrandTrust-Beratern durch den gesamten Workshop hindurch in kleinen Gruppen begleitet. Fallstudien werden von den verantwortlichen Kunden präsentiert und erläutert. Die Teilnehmer lernen während der zweieinhalb Tage bis zu vier Markenfallstudien intensiv kennen.

### Veranstaltungsort



Kaiserburg Nürnberg  
Auf der Burg 13 . 90403 Nürnberg

### Übernachtung

SORAT Hotel Saxx Nürnberg  
Hauptmarkt 17 . 90403 Nürnberg  
[www.sorat-hotels.com](http://www.sorat-hotels.com)

### Preis

Pro Person: 2.450,- EUR zzgl. MwSt.  
Der Preis beinhaltet alle Mittag-/Abendessen, Pausengetränke und Abendveranstaltungen.  
Ab dem zweiten Teilnehmer aus dem gleichen Unternehmen gewähren wir 10% Rabatt. Vom Teilnehmer selbst zu tragen sind die Kosten für die Übernachtung.  
Gerne buchen wir für Sie ein Zimmer zum Preis von 98,50 EUR/Nacht inkl. Frühstück.

### Teilnahmebedingungen

Nach Eingang Ihrer verbindlichen Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 45 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte, ab 30 Tagen vorher die komplette Summe des Teilnahmebeitrages erhoben.  
Mit der Anmeldung zum Lehrgang willigt der Teilnehmer/die Teilnehmerin ein, dass Fotos und Videos, die von ihm/ihr aufgenommen werden, zu Dokumentations- und Kommunikationszwecken von BrandTrust verwendet werden dürfen.

# Lehrgangsprogramm\* – Bildung und Führung von wirksamen Marken

**Praxis, Praxis, Praxis:** Sie steht im Vordergrund. Deshalb werden den Teilnehmern von uns ausgewählte Fälle zugewiesen, welche sie während der zweieinhalb Tage gemeinsam mit den Coaches entwickeln werden.

**Mittwoch, 19. September 2018**  
**Brand Touchpoint-Analyse**

## 9.30 Uhr

- Einführung in das Brand Touchpoint Management: Mit Brand Touchpoint Management Unternehmen erfolgreich verändern
- Vortrag aus der Praxis: Praxisbericht vom Head of Brand Management Philipp Stracke: Mehrjährige Erfolgsgeschichte von easyCredit
- Erster Praxisfall

## 13.00 – 14.30 Uhr

Mittagessen (+ Bürozeit)

## 14.30 – 18.30 Uhr

- Live Praxisfälle in der Innenstadt
- Sammlung und Analyse von Brand Touchpoints anhand einer Kundenerlebnis-Reise
- Priorisierung der Brand Touchpoints
- Inspirationsvortrag: Marken erlebbar machen

## 19.00 Uhr

Gemeinsames Abendessen

**Donnerstag, 20. September 2018**  
**Brand Touchpoint-Optimierung**

## 8.30 Uhr

- Gruppenarbeit anhand von vier realen Fällen
- Entwicklung des Brand Touchpoint-Netzwerkes anhand der Praxisfälle
- Praxisbericht: Wie managt Mercedes-Benz seine Brand Touchpoints?
- Vorstellung von Best Practices

## 12.30 – 14.30 Uhr

Mittagessen (+ Bürozeit)

## 14.30 – 18.30 Uhr

- Entwicklung von Optimierungsideen für die Top-Brand Touchpoints der Praxisfälle
- Prototyping eines Brand Touchpoints: Der Erbkönig
- Inspirationsvortrag: Wie kreiert man einzigartige Brand Touchpoints?

## 18.30 Uhr

- Kochkunst, Themenaustausch nach den Interessen der Teilnehmer

**Freitag, 21. September 2018**  
**Brand Touchpoint-Messung**

## 8.30 Uhr

- Markenbotschafter: Befähigung von Menschen in Organisationen und Unternehmen, Brand Touchpoints zu managen
- Praxisbericht des Brand Coaces Ulrike Wittig: Wie misst STABLO den Fortschritt an Brand Touchpoints?
- Weltweites Brand Touchpoint Management
- Steuerung und Erfolgsmessung der umgesetzten Brand Touchpoints mittels Brand Touchpoint-Audits

## 10.30 – 11.00 Uhr

Pause

## 11.00 – 12.30 Uhr

- Brand Touchpoint-Messung
- Digitales Brand Management

## 13.00 Uhr

Ende des Lehrgangs

\* Änderungen vorbehalten.

## Teilnehmerstimmen

“Ein äusserst lehrreicher, gut strukturierter und kompakter Lehrgang. Dozenten, Dokumentation und Organisation lassen nichts zu wünschen übrig.

Sibylle Hänni, Head of Communication, SANITIZED AG

“Durch das Arbeiten an realen Praxisfällen konnte das Gelernte und die Theorie unmittelbar und vor allem zielführend direkt umgesetzt werden. Am wertvollsten fand ich jedoch den persönlichen Austausch mit den anderen Teilnehmern.

Lea Teinert, Bausparkasse Schwäbisch Hall

“Der Lehrgang hat mir in einer sehr angenehmen Arbeitsatmosphäre die Möglichkeit gegeben, intern angestellte Überlegungen, mit Hilfe hochmotivierter Teilnehmer und qualifizierter Referenten, nochmals kritisch zu hinterfragen und zu verproben.

Christian Dorn, Leiter Marketing, PSD Bank Köln



# Wer wir sind

BrandTrust – Brand Strategy Consultants

## BrandTrust ist die führende Managementberatung für wirksame Marken.

Aus unserem tiefen Markenverständnis und der Erfahrung aus über 250 Markenstrategieprojekten in den letzten 15 Jahren befähigen wir unsere Kunden, ihre Marke mit anderen Augen zu sehen und damit unentdecktes Geschäftspotential zu erschließen. Wir helfen Unternehmen, aus überlegenen Leistungen großartige Marken zu machen und zeigen Wege, wie es gelingen kann, in gesättigten Märkten sinnvoll zu wachsen. Dies kann nur gelingen, wenn der Wert einer Leistung über die Brand Touchpoints in die Wahrnehmung der Kunden gebracht wird und daraus Wertschätzung entsteht.

### Kontakt

Brand Trust GmbH . Brand Strategy Consultants . Pfannenschmiedsgasse 1 . 90402 Nürnberg  
Eva Stockhausen . Telefon: +49 (0) 911 / 9 33 57-44 . E-Mail: [eva.stockhausen@brand-trust.de](mailto:eva.stockhausen@brand-trust.de)

### Anmeldung\*\*

Einfach online ausfüllen und abschicken!

Sie haben noch Fragen? Frau Eva Stockhausen hilft Ihnen telefonisch unter  
**+49 (0) 911 / 9 33 57-44** oder via E-Mail an [eva.stockhausen@brand-trust.de](mailto:eva.stockhausen@brand-trust.de) gerne weiter.

NAME	VORNAME
FIRMA	FUNKTION
TELEFON	E-MAIL
STRASSE / POSTFACH	PLZ, ORT, LAND
WAS ICH VON DEM LEHRGANG ERWARTE:	
WAS ICH LERNEN MÖCHTE:	

\*\* Bindend! Bitte alle Felder ausfüllen.

Firmenadresse  
Privatadresse

Ja, ich möchte  
ein Hotelzimmer  
reservieren:  
Einzelzimmer  
Doppelzimmer

Gerne übernehmen wir die  
Reservierung für Sie.

Erfahrungshintergrund:  
ausgeprägt  
mittel  
keinen

Ja, ich akzeptiere die  
**Teilnahmebedingungen**  
und nehme an dem  
Markenlehrgang teil.