

Praxisseminar mit dem B2B- und
Technologiemarkenexperten Jürgen Gietl

**Brand
Trust**

BRAND STRATEGY
CONSULTANTS

In 1,5 Tagen zum Markenexperten

1. Praxisseminar für B2B- und Technologiemarken
15. – 16. Oktober 2018

 marconomy

**B2B MARKETING
DAYS**

100 %

Praxisbezug und direkte
Anwendbarkeit

Digitale Führung Ihrer Marke

Bearbeitung realer
Fallbeispiele



Jürgen Gietl
Managing Partner

Jürgen Gietl hat mehr als 100 globale und regionale Unternehmen beraten und sie bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien und Positionierungen für Produkt- und Servicemarken, Unternehmensmarken und Markenarchitekturen sowie bei der Verknüpfung von Geschäfts- und Markenstrategien begleitet. Schwerpunkt waren dabei immer B2B- und Technologiemarken. Seine Sachkenntnis nutzen namhafte mittelständische Unternehmen und globale Konzerne, u.a. BASF, BayWa, W.L. GORE, Fraunhofer, INTERROLL, INTEL, SSI Schäfer oder Phoenix Contact, um Mitarbeiter und Kunden für sich zu gewinnen und die Entwicklung und Implementierung ihrer Markenstrategien erfolgreich und gewinnbringend umzusetzen.

Jürgen Gietl gilt als einer der wenigen B2B- und Technologiemarkenspezialisten in Europa. Er ist Autor des ersten Fachbuchs zum Thema Technologiemarken „Value Branding – Vom hochwertigen Produkt zur wertvollen Marke“ und Verfasser von mehreren Studien. Zudem ist er Mitbegründer des Expertenrats für Technologiemarken und einer von 50 ausgewählten Vordenkern zu Entwicklung der digitalen Agenda für Deutschland und Europa und bei der Digitalen Bewegung von Handelsblatt, Zeit und Tagesspiegel Teilnehmer der ersten Stunde.

Das erste Praxisseminar für B2B- und Technologiemarken

Themenschwerpunkte: „Markenführung aus und für die Praxis“

Markenstrategie und Positionierung

- Den aktuellen Zustand von Marken analysieren
- Markenidentitäten schärfen und aufräumen
- Markenstrategien für die On- und Offline-Welt erfolgreich und wirksam entwickeln
- Neupositionierungen ausarbeiten
- Marken für die Zukunft erfolgreich aufstellen und auf kommende Herausforderungen vorbereiten
- Produkteinführungen mit Hilfe bestehender Marken erfolgreich gestalten

Markenarchitektur und Geschäftsmodelle

- Markenarchitekturen erfolgreich entwickeln
- Akquirierte Marken nahtlos in das eigene Markenportfolio integrieren
- Neue, digitale Geschäftsmodelle mit der bestehenden oder neuen Marke umsetzen

Markenkultur und Führung

- Das Top Management als oberste Markenführer gewinnen
- Brand Academics erfolgreich ins Leben rufen
- Mitarbeiter in dezentralen, globalen Unternehmensstrukturen begeistern und lernen, die Markenstrategie im Alltag umzusetzen
- Im ingenieursgetriebenen Umfeld Kollegen und Kunden für die Marke zu begeistern
- Change-Management: Marke nutzen um Mitarbeiter für den Weg ins Ungewisse zu gewinnen

Ihr Nutzen

- Insights in echte Markencases
- Wissen über die veränderten Anforderungen der digitalen Welt an Marken von morgen
- Know-how, um wirkungsvolle Markenidentitäten, -positionierungen und -strategien für Marken des 21. Jahrhunderts zu entwickeln und das Commitment dazu von den notwendigen Stakeholdern im Unternehmen zu erhalten
- Fähigkeit zur Begeisterung des Top-Managements für das Thema Marke und Etablierung von Marke als Management Disziplin im Unternehmen
- Handwerkszeug für das Führen komplexer Marken und Maßnahmen für einen höheren Wirkungsgrad im Unternehmen
- Umsetzung von strategischen Festlegungen im operativen Marketing und in andere Disziplinen des Unternehmens
- Integration von akquirierten Marken und dazugehörigen Mitarbeitern in das eigene Markenportfolio

Teilnehmer

Der Lehrgang ist für Geschäfts-, Vertriebs-, Marketing- und Kommunikationsverantwortliche aus B2B-, Industrie- und Technologieunternehmen konzipiert. Agenturen und Kommunikationsdienstleister sind von der Teilnahme ausgeschlossen, da der Lehrgang auf unternehmerische Interessen ausgerichtet ist.

Das erste Praxisseminar für B2B- und Technologiemarken

Thema

In Zeiten der 4. Industriellen Revolution und Digitalisierung verändert sich die Notwendigkeit der Differenzierung, die Möglichkeit der Vermarktung und die Art der Kommunikation sowie die Kultur und Art der Mitarbeitergewinnung in Unternehmen gewaltig. Wie reagieren Top-Management, Marken- und Kommunikationsverantwortliche, Vertrieb und HR darauf? Wie werden Innovationsprozesse noch schneller und erfolgreicher und welche Rolle spielen dabei Marken im Gegensatz zur zunehmenden Bedeutung oder alleinigen Herrschaft von Daten, digitalen Prozessen und HR?

Genau hier setzt das Seminar an. Es gibt konkrete Hilfestellung, was Unternehmen tun können, um sich in Zeiten des Wandels bzw. in der digitalen Welt langfristig gegen Wettbewerb und Disruption durchsetzen zu können. Ziel ist es, Mitarbeiter und Kunden in Zukunft für sich zu gewinnen und dabei gleichzeitig den Wirkungsgrad und die Agilität mit Hilfe einfacher, logischer und nachvollziehbarer Methoden erhöhen zu können.

Arbeitsmethodik

Praxis-Workshop: Im Rahmen der fünf Praxis-Sessions erhalten Sie die Gelegenheit, vor Ort direkt und gezielt an spezifischen Herausforderungen von echten Marken aus der Praxis zu arbeiten. Nach einer Inspirationsrunde und kurzer Session-Anleitung arbeiten die Teilnehmer in Kleingruppen an jeweils einem realen Case pro Gruppe.

Bewerben Sie sich um die Bearbeitung Ihres Praxis-Cases

Wenn Sie derzeit konkrete Aufgaben zur Entwicklung der Markenidentität, Markenpositionierung und Markenstrategie Ihrer Marke haben, können Sie sich Ihre Praxisfragen unter Anleitung des Seminarleiters direkt beantworten lassen.

Preis

Pro Person: **1.490,- EUR** zzgl. MwSt. Der Preis beinhaltet Mittag- und Abendessen, Pausengetränke und die Abendveranstaltung.

Aufgrund unserer Medienkooperation mit marconomy gewähren wir Ihnen 30 % Rabatt auf den Anmeldepreis, wenn Sie an diesem Lehrgang und an den B2B Marketing Days (17. und 18. Oktober) teilnehmen.

Ab dem zweiten Teilnehmer aus dem gleichen Unternehmen gewähren wir 10 % Rabatt. Die beiden Preisvorteile können nicht kombiniert werden.

Vom Teilnehmer selbst zu tragen sind die Kosten für die Übernachtung. Gerne buchen wir für Sie ein Zimmer zum Preis von 111 EUR /Nacht inkl. Frühstück.

Teilnahmebedingungen

Die Mindestteilnehmerzahl beträgt 18 Personen, die Maximalteilnehmerzahl 25. 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.

Veranstaltungsort



Die Schreinerei

Vogel-Gründerwerkstatt auf dem Vogel Campus
Max-Planck-Str. 7-9. 97082 Würzburg

www.vogel.de

Übernachtung



Hotel Melchior Park

Am Galgenberg 49. 97082 Würzburg

Programm Praxisseminar* – Bildung und Führung von wirksamen Marken

Praxis, Praxis, Praxis: Sie steht im Vordergrund. Deshalb werden den Teilnehmern Praxis-Cases zugewiesen, welche sie während der anderthalb Tage gemeinsam mit den Seminarleitern entwickeln werden.

Montag, 15. Oktober 2018

13.00 Uhr

Eröffnung des Praxisseminars

13.15 Uhr

Warm-Up:

Insights zu den Praxis-Cases und gegenseitiges Vorstellen der eigenen Marke

14.00 Uhr

1. Impuls-Insight:

Die Geheimnisse hinter den erfolgreichen Marken des 21. Jahrhunderts

14.30 Uhr

2. Impuls-Insight:

Best Practice Case: Mit einer Marke durch die digitale Transformation

15.00 Uhr

Power Break

15.15 Uhr

Summary:

Sammlung und Zusammenfassung der Erkenntnisse für den Praxisteil

16.00 Uhr

Start Cases

▪ Glaubwürdigkeit der Marke

▪ 1. Inspirationsvortrag im Plenum

▪ Gruppenarbeit am Praxiscase (30')

▪ Sparring der Ergebnisse in der Gruppe (15')

19.30 Uhr

Gemeinsames Abendessen

Dienstag, 16. Oktober 2018

8.30 Uhr

▪ Zukünftige Attraktivität einer Marke

▪ 2. Inspirationsvortrag im Plenum

▪ Gruppenarbeit am Praxiscase (30')

▪ Sparring der Ergebnisse in der Gruppe (15')

10.00 Uhr

Power Break

10.15 Uhr

▪ Positionierung einer Marke in der digitalen Welt

▪ 3. Inspirationsvortrag im Plenum

▪ Gruppenarbeit am Praxiscase (30')

▪ Sparring der Ergebnisse in der Gruppe (15')

11.30 Uhr

▪ Markenstrategie und –Architektur komplexer Marken

▪ 4. Inspirationsvortrag im Plenum

▪ Gruppenarbeit am Praxiscase (30')

▪ Sparring der Ergebnisse in der Gruppe (15')

13.00 Uhr

Power Lunch

14.00 Uhr

▪ Wirksame Verankerung der Markenarbeit im Unternehmen

▪ 5. Inspirationsvortrag im Plenum

▪ Gruppenarbeit am Praxiscase (30')

▪ Sparring der Ergebnisse in der Gruppe (15')

15.45 Uhr

Spezialfälle: Insights zu Markenportfolio und M&A

16.45 Uhr

Abschlussrunde und offene Fragen

17.00 Uhr

Ende des Praxisseminars

* Änderungen vorbehalten.

“Mit vielen Inputs und vor allem exzellenten Argumenten und konkreten Hilfestellungen für den Wert einer konsequenten Markenführung gerade auch im B2B Umfeld, kann man Marketingverantwortlichen aus diesem Bereich diese Fortbildung nur wärmstens empfehlen!

Melanie Kaindl, Managing Partner MOUNT MEL

“Der Lehrgangslleiter Jürgen Gietl verdeutlicht auf gelungenen Art strategische Aspekte der Markenführung im B2B-Bereich. Dabei zwingt z.B. die Methode der Verdichtung immer wieder zum Fokussieren auf das Wesentliche, das Herausarbeiten des Kerns.

Petra Baumann, Director Corporate Marketing PHOENIX CONTACT

“Der Lehrgang war sehr lehrreich und nützlich. Mit der BrandTrust-Methode entwickelte ich in kurzer Zeit ein neues Verständnis für Markenführung. Seither wende ich dieses im eigenen Unternehmen an.

Reto Sidler, ehemaliger Leiter Unternehmenskommunikation eines börsennotierten Technologieunternehmens

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, um 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

Sie haben noch Fragen? Eva Stockhausen hilft Ihnen gerne weiter.

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

Anmeldung* Einfach herunterladen, ausfüllen und abschicken!

Firmenadresse Privatadresse	NAME	VORNAME
Ja, ich möchte ein Hotelzimmer reservieren: Einzelzimmer Doppelzimmer <small>Gerne übernehmen wir die Reservierung für Sie.</small>	FIRMA	FUNKTION
Erfahrungshintergrund: ausgeprägt mittel keinen	TELEFON	E-MAIL
Ja, ich akzeptiere die <u>Teilnahmebedingungen</u> und nehme an dem Praxisseminar teil.	STRASSE / POSTFACH	PLZ, ORT, LAND
Ja, ich erkläre mich damit einverstanden, dass Foto- und Videoaufnahmen, die während des Praxisseminars von mir gemacht werden, für Dokumentations- und Werbezwecke von BrandTrust zeitlich und räumlich unbegrenzt genutzt werden dürfen.	WAS ICH VON DEM PRAXISSEMINAR ERWARTE:	
Ja, ich erkläre mich damit einverstanden, dass meine Kontaktdaten an die Teilnehmer des Lehrgangs weitergegeben werden, um das Netzwerken zu vereinfachen und ggf. Fahrgemeinschaften zu bilden.	WAS ICH LERNEN MÖCHTE:	

* Bindend! Bitte alle Felder ausfüllen.

Wenn Sie zusätzlich an den marconomy B2B Marketing Days teilnehmen, senden Sie bitte Ihre Anmeldebestätigung per E-Mail an eva.stockhausen@brand-trust.de. Der Rabatt von 30 % auf den Anmeldepreis wird dann in der Rechnung abgezogen.
Zur Anmeldung für die B2B Marketing Days geht es hier: <http://www.b2bdays.de/de/jetzt-anmelden>