

Marke als strategischer Unternehmenswert

| | |
|-----------------|---|
| für | Inhaber, Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter mittelständischer Unternehmen |
| Termin | 20.5. und 21.5. 2010 von 9.00 bis 17.00 Uhr mit Mittagspause |
| Ort | Hotel Röhrsdorfer Hof Limbacher Straße 14 09247 Chemnitz-Röhrsdorf |
| Referent | Thomas Ranisch, Kai-Uwe Rümmler |

Zum Thema

Die Marke gilt für Unternehmen als wichtigster immaterieller Wertschöpfer. Deshalb ist Markenführung Chefsache. Das Seminar zeigt, wie sich Marken und Markt gegenseitig beeinflussen, erörtert Rahmenbedingungen, Ziele und Strategien der Markenführung. Das Seminar zeigt, wie eine ausdrucksstarke und inhaltsreiche Marke strategisch entwickelt werden kann für mehr Umsatz und höheren Unternehmenswert.

Eine Marke ist ein Qualitätsversprechen. Wird es gepaart mit stimmiger Leistung und ästhetischem Gefallen, führt das zu Vertrautheit und Vertrauen. Jetzt ist die Marke stark. Sie vermehrt sich von selbst und immunisiert gegen Argumente der Wettbewerber. Sie sorgt für Kaufbereitschaft und ist Voraussetzung für eine langfristige Bindung der Kunden an die Marke, an das Unternehmen.

- Wir haben Interesse an einer Inhouse-Schulung.**
- Wir sind am Thema interessiert, aber der Termin passt nicht, bitte rufen Sie uns an.**

Bitte senden Sie uns Ihre Anmeldung
per Fax 0351 8322422
über Internet www.rkw-sachsen.de
als E-Mail wbildung@rkw-sachsen.de

Anmeldung zum RKW-Seminar **01-4253**
Marke und Identität
am 20.05./21.05.2010

Vor- und Zuname Funktion

Firma/Anschrift

Telefon/Fax Beschäftigte

E-Mail Datum/Unterschrift

Ihr Nutzen

Sie lernen, wie Markenidentität und Markenpositionierung entwickelt und umgesetzt werden, Sie erkennen, wie Sie damit Marken führen und das Unternehmen steuern können. Sie analysieren an konkreten Beispielen Aufbau und Gestaltung von Marken, Markenwachstum und -kommunikation.

Methodik

Themenerarbeitung mit den Teilnehmern, Seminar, Simulation von Fallbeispielen, Gruppenarbeit
Praxisbeispiele, Diskussionen

Inhalt

A. Die Grundlagen: Marke und Markt

- Markengeschichte, Markengrundlagen, Markenaktualität: Wo stehen Marken heute?
- Diskussion: Situation des Unternehmens am konkreten Beispiel

B: Das Ziel: Marke und Unternehmensstrategie

- Marke und Wachstum. Wie können Marken Umsatz, Wachstum und Gewinn steigern?
- Marke und Wettbewerb: Wie können Marken im Wettbewerb Sicherheit und Stabilität schaffen?
- Marke und Unternehmenswert: Wie können Marken den Unternehmenswert steigern?
- Workshop: Markenentscheidung an konkreten Beispielen

C. Der Weg: Marke und Markenstrategie

- Marke und Zielgruppen: Markenpotentiale, wo wird eine Marke zur Marke?
- Marke und Markenstrategie: Grundlagen für langfristig funktionierende Marke und Markenstrategie
- Workshop: Markenentwicklung an konkreten Beispielen

D. Der Weg: Marke und Markenkommunikation

- Marke und Kommunikation. Wie bringt man eine Marke auf die Straße?
- Marke und Erfolgskontrolle: Wie überprüfe ich den aktuellen Prozess?
- Workshop: Markenkommunikation an konkreten Beispielen

Teilnehmergebühr

einschließlich Arbeitsunterlagen, Imbiss und Pausenversorgung 540,-- € zzgl. ges. MwSt.

Fragen zum Seminar **01-4253** beantworten Ihnen:

Christine Brodauf 0351 83 22 338

Ramona Laudel 0351 83 22 331

Anmeldungen

Sichern Sie sich Ihren Platz und faxen Sie uns Ihre Anmeldung. Sie erhalten rechtzeitig Ihre Teilnehmerkarte und eine Wegbeschreibung. Die Rechnung schicken wir Ihnen nach der Veranstaltung, bei mehrtägigen Veranstaltungen nach dem 1. Tag.

Kostenfreie Stornierungen sind bis 5 Werktage vor Veranstaltungsbeginn möglich. Die Veranstaltung muss ausfallen? Wir benachrichtigen Sie so früh wie möglich. Zahlen müssen Sie selbstverständlich nichts. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der RKW Sachsen GmbH. Übernachtungshinweise erhalten Sie mit der Wegbeschreibung, notwendige Buchungen nehmen Sie bitte selbst vor.

RKW Sachsen GmbH
Freiberger Straße 35
01067 Dresden