



Das Brainds Markenseminar

State of the Art des Markenwissens
für Unternehmer/innen, Führungskräfte
und Brand-Manager/innen

Donnerstag, 4. April 2019 in Innsbruck



brainds

Was Sie im Seminar erwartet ...

Im Brains Markenseminar geben wir Insights in unsere Erfahrungen aus über 15 Jahren Markenberatung, stellen die neuesten Erkenntnisse aus dem akademischen Umfeld vor und erteilen essentielle Tipps für die Markenführung in der Praxis.

State of the Art

Sie lernen das wissenschaftliche Modell der identitätsbasierten Markenführung nach Burmann und Meffert kennen. Dieses ist heute State Of the Art und fokussiert darauf, Identität und Innovation als wichtige Nährstoffe zeitgemäßer Unternehmensführung zu erkennen und erfolgreich in die eigene Markenarbeit zu integrieren.

Fallbeispiele

Anhand differenzierter Fallbeispiele lernen Sie, wie man das Modell in der Praxis anwendet und welche nachhaltigen Nutzendimensionen identitätsbasierte Markenführung stiftet.

Innovative Werkzeuge

Im Praxisteil gehen wir auf Fragen der Gestaltung ein. Wie wird eine Strategie visuell transformiert? Was bedeutet die Strategie für Design und Kommunikation an den Markenkontaktpunkten entlang der Customer Journey? Dabei lernen Sie auch den Nutzen von innovativen Methoden wie Prototyping oder Design Thinking näher kennen.

Peer-Group-Praxis

In zwei Gruppenübungen erarbeiten wir gemeinsam Lösungen für aktuelle Problemstellungen der Teilnehmer/innen. Auf diese Weise profitieren Sie vom Wissen der anderen und nutzen das Format auch für den Aufbau Ihres persönlichen „Marken-Netzwerkes“.

Studien, Fachliteratur, Unterlagen

Neben den Seminarunterlagen überreichen wir Ihnen eine aktuelle Studie zum Thema Markenbewertung, das Fachbuch „The Brand Gap“ von Marty Neumeier und den Praxisleitfaden „Aufbau einer Markenstrategie für KMU und Startups“.

Spannende Referenzprojekte

Unsere Best Practices erläutern Strategien für B2B- und B2C-Marken. Corporates, Familienunternehmen, KMUs und Startups sind ebenso vertreten wie NGOs, Kulturinstitutionen, Universitäten oder die Medienbranche.

Referenzen



Die Presse



Ihre Referenten



Mag. Oliver Heiss

Geboren in Wien, Studium der Betriebswirtschaft an der WU Wien. Nach einer internationalen Banken- und Industriekarriere im Fachgebiet Kommunikation und Investor Relations seit 2006 für Brains tätig und seit 2011 geschäftsführender Gesellschafter von Brains.

Zu seinen Referenzen zählen u.a. Andritz, Austrian Airlines, Kunsthistorisches Museum Wien, Die Presse, Erste Bank, VERBUND, Kongresskultur Bregenz oder die Evangelischen Kirchen in Österreich.

Oliver Heiss war Lektor für das Bachelor-Studium „Advertising & Brand Management“ der Staffordshire University an der Wiener Werbeakademie und Lehrbeauftragter an der Hochschule für angewandte Kunst Wien.



Dr. Stefan Lassnig

Geboren in Innsbruck, Studien der Rechtswissenschaften und der Betriebswirtschaftslehre. Partner und Seniorberater von Brains. Mehr als 15 Jahre Erfahrung.

Zu seinen Kunden zählen u.a. Österreichische Post, hackabu, Diözese Innsbruck, fjum, schauTV, ÖAK, NÖAAB, win2day, maxima.

Stefan Lassnig verfügt über fundierte Erfahrung in der Führung komplexer Strukturen und Markenkonstellationen. Durch die Kombination aus Erfahrungen in Unternehmen, die fundamentalen Veränderungen unterliegen, und jenen, die im digitalen Startup-Umfeld disruptiv tätig sind, beherrscht er beide Sprachen: jene der analogen Welt und jene der digitalen Zukunft.

Nach dem Brains Markenseminar können Sie folgende Fragen beantworten...

- ✓ Weshalb werden Marken wichtiger?
- ✓ Womit schaffen Marken Unterscheidungskraft, Relevanz und Begehrlichkeit?
- ✓ Was bedeutet Identität in diesem Zusammenhang?
- ✓ Wie erarbeitet man eine Markenstrategie konkret?
- ✓ Welche Elemente beinhaltet eine gute Markenstrategie?
- ✓ Wie vermeidet man das berühmte „Brand Gap“ – jene Falle, die zwischen strategischem Konzept und kreativer Umsetzung oftmals aufgeht?
- ✓ Wie greifen Marke und Innovation in Zeiten des digitalen Wandels ineinander?
- ✓ Welchen Nutzen bringen Methoden wie Prototyping oder Design Thinking?
- ✓ Wie gelingt der Brückenschlag zu einer attraktiven Arbeitgebermarke?
- ✓ Mit welchen Employer Branding Maßnahmen können Werte, Kultur und Verhalten im Unternehmen verändert und transformiert werden?
- ✓ Wie wird eine Markenstrategie entlang der Experience Journeys für Kundinnen/Kunden und Mitarbeiter/innen an allen Touchpoints – analog wie digital – kongruent erlebbar?

Programm

09:00	Eintreffen & Welcome Coffee	14:30	Peer-Group-Praxis Konkretes Eingehen auf und das Lösen von Fragestellungen und Anlassfällen aus dem Kreis der Teilnehmer/innen
09:30	State of the Art Aktuelles Theoriewissen und Fallbeispiele aus Markenentwicklungen	16:30	Wrap Up & Closing Austausch zu Learnings und Übergabe der Seminarunterlagen (Studie, Fachbuch, Leitfaden)
12:00	Lunch-Break	17:00	Ende
13:00	Customer Journey Marke erlebbar machen: Zur kreativen Umsetzung von Strategien		

Termin

Donnerstag, 4. April 2019
Innsbruck – Location wird zeitnah bekanntgegeben.

Anmeldung

Anna Zajac, office@brainds.com, T: +43/1/526 47 80

Teilnehmer/innen

Das Seminar richtet sich an Unternehmer/innen, Führungskräfte, Kommunikationsmanager/innen und den Nachwuchs im Brand Management. Maximal 16 Teilnehmer/innen.

Teilnahmebeitrag

€ 690,00 pro Person zzgl. Mehrwertsteuer. Bei Anmeldung bis 15.02.2019 gilt der Early-Bird-Tarif in Höhe von € 590,00 zzgl. Mehrwertsteuer. Im Seminarpreis enthalten sind Unterlagen wie eine neue Studie zum Markenwert, das Fachbuch „The Brand Gap“ und der Leitfaden „DIY – Markenstrategie“.

Ermäßigungen

Brainds Kunden und den Mitgliedern des Marketing Club Tirol bieten wir die Teilnahme zum Freundschaftspreis in Höhe von € 490,00 pro Person zzgl. Mehrwertsteuer an. Dieser Sonderpreis gilt ebenso für jede weitere Begleitperson aus dem selben Unternehmen.

Stornobedingungen

Bei Stornierung bis vier Wochen vor der Veranstaltung stellen wir 50% der Seminarkosten in Rechnung, danach den vollen Betrag. Bei kurzfristiger Verhinderung besteht die Möglichkeit, sich durch eine andere Person vertreten zu lassen. Wird die Mindestteilnehmerzahl von acht Personen nicht erreicht, behalten wir uns vor, das Seminar abzusagen.

Rückfragen und Beratung für Inhouse-Seminare

Karin Hirschberger, hirschberger@brainds.com