

Optimale Markenpositionierung

„Sich Markenziele zu setzen heißt auch, sich über den Weg im Klaren zu sein.“

Als exklusives Forum für alle, die mit und für Marken verantwortlich arbeiten, ist dieses Seminar ein unverzichtbarer Baustein in der Weiter- und Fortbildung am 28.03.2008 im neuen Wahrzeichen des St. Galler Rheintals – dem Panoramahaus in Dornbirn/Österreich, sowie am 14.11.2008 im Dorint Hotel an der Messe in Köln.



Markenwissen schafft Markenmacht!

Schöpfen Sie das Potenzial Ihrer Marke aus!

- Lassen Sie sich bei diesem Seminar zeigen, wie Sie Ihre **Markenpositionierung** so optimieren, dass Sie **höhere Marktanteile** erzielen und **bessere Preise** durchsetzen können.
- Machen Sie Ihre **Marke relevant und einzigartig**. Damit schaffen Sie eine erfolgreiche Positionierung, die ihre Marke stärkt und sie in einem hart umkämpften Markt gegen die Konkurrenz abhebt.
- Schaffen Sie eine **perfekte Grundlage** für schnelle und sichere Entscheidungen im Markenmanagement. Führen Sie damit interne Diskussionen ergebnisorientiert.
- Erarbeiten Sie Ergebnisse, die keiner mehr hinterfragt. Machen Sie sich **unangreifbar** mit einer fundierten Positionierung, bei der die **fundierte Analyse** das Bauchgefühl ersetzt.
- „Innovation“, „Kompetenz“ und „Partner“ sind leider keine zielführenden Markenpositionierungen. Erfahren Sie, wie Sie Ihre Marke **richtig positionieren**.
- Schaffen Sie den perfekten Zielkorridor für die Implementierung - Erhöhen Sie Ihre **Werbeeffizienz** signifikant und sichern Sie einen hohen **Marken Return-on-Investment**.
- Lernen Sie anhand von vielen konkreten, internationalen **Fallbeispielen**, was Erfolg verspricht.

Der Veranstalter

Das internationale St. Galler Markeninstitut **Logibrand** (www.logibrand.com) ist Pionier auf dem Gebiet der empirisch optimierten Markenpositionierung. Markenexpertise wird hierbei mit analytisch-methodischem Fundament und strategischer Weitsicht zu Höchstleistungen für Marken verbunden. In eigens entwickelten Methoden wird die Marke in einem logischen Prozess optimiert, so dass Sie später wissen – und nicht mehr nur hoffen müssen – dass die Positionierung funktionieren wird. Auch wird ein effizienter Zielkorridor für Ihre Markenkommunikation aufgebaut, so dass Sie Ihre Werbeeffizienz nachhaltig erhöhen.



Die Gründerin und Geschäftsführerin von Logibrand Dr. Christine Wichert, M.B.A. leitet beide Seminare. Sie ist Autorin des Buches „Die Logik der Marke“ und zahlreicher markenstrategischer Artikel, Dozentin an der FH St. Gallen, Referentin bei zahlreichen High-Level Markenveranstaltungen und Erfinderin des Marken RoI™. Als ehemalige Strategieberaterin bei der Boston Consulting Group, Top-Managerin bei BMW, Airbus und Hilti verfügt Sie neben dem theoretischen Fachwissen auch über ausreichend Praxiserfahrung, um die komplexen Anforderung an eine Marke in dynamischen Märkten bestens zu kennen.



Guest-Speaker: Michael Girstmair, Managing Partner, Redball. Seit 20 Jahren in der Werbung, davon 15 Jahre selbstständig, ist Michael Girstmair im Führungsteam von Redball tätig. Als eine der bedeutendsten Inhaber geführten Werbeagenturen Österreichs betreut Redball internationale Marken der unterschiedlichsten Branchen.

Agenda

- 9:00** Grundlagen - Was ist eine Markenpositionierung und was bringt sie?
- 9:15** Wann ist eine Markenpositionierung erfolgreich?
- Anforderungsprofil
 - Wie emotional vs. rational, wie kreativ vs. analytisch darf, muss, soll sie sein?
 - Konkrete Top- und Flop-Positionierungen
- 10:00** Wie man eine schnelle, von allen getragene Positionierungsentscheidung herbeiführt
- Schon oft versucht und oft gescheitert? Hier sind die Gründe
 - Erfolgsfaktoren und konkrete Tipps, Stolpersteine zu umgehen
- 10:30** Cappuccino Break
- 11:00** 1,2,3 - Welche Schritte sind erforderlich, um die optimale Positionierung zu finden?
- Der Zusammenhang zwischen Strategie & Kultur
 - Das relevante Dreieck: Innensicht, Konkurrenzpositionen, Potenzialkunden
 - Internal Networking: Relevante Kollegen zusammenbringen
- 12:30** Lunch Break
- 13:45** Die strategische Rolle oft ungeliebter Markenforschung – wie wird sie zur sinnvollen Investition?
- Wie man eine kluge Markenforschung aufsetzt und Statistik produktiv nutzt
 - Relevante Ursache-Wirkungszusammenhänge erklären, statt nur zu beschreiben
 - Die Positionierung auf empirischer Basis optimieren
- 14:45** Wie erzielt man auf Basis der Positionierung finanziellen Erfolg?
- Stringente Implementierung über Bereiche, Funktionen, Länder und Märkte
 - Die Marke nach innen umsetzen
 - Den perfekten Zielkorridor für effiziente Kommunikation schaffen
- 16:00** Cappuccino Break
- 16:30** Wie messen Sie den Erfolg der Positionierung?
- Harte Fakten belegen Ihren Erfolg
 - Von niedrigeren Kosten, höheren Umsätzen, Preisprämien und mehr
- 17:00** Essenzielle Tipps und Tabus
- 17:30** Aperó



Administratives *in Dornbirn*

Der Preis

895 € inkl. MwSt

In der Teilnahmegebühr sind die Seminarunterlagen, Tagungsgetränke, zwei Kaffeepausen und ein reichhaltiges Buffet-Lunch enthalten. Hotelzimmer können Sie bei Bedarf unter Angabe Ihrer Teilnahme an dem Seminar direkt beim Veranstaltungshotel reservieren. Das Hotel hält für unsere Seminarteilnehmer ein Zimmerkontingent zu einem Vorzugspreis bereit.

Der Veranstalter

Logibrand GmbH

High performance branding

CH-9442 Berneck/St. Gallen

Tel. CH: +41.71.7401173 oder

markenwissen@logibrand.com

www.logibrand.com

Veranstaltungsort / Termin

28. März 2008

Four Points by Sheraton Panoramahaus Dornbirn

Messestrasse 1

A - 6854 Dornbirn

T +43.5572.3888416

F +43.5572.388830



Teilnahmebedingungen

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt, um eine vertiefte Diskussion zu ermöglichen. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt und schriftlich bestätigt. Die Teilnahmegebühr ist nach Erhalt der Rechnung zu begleichen. Bei einer Stornierung bis zum 27. Februar 2008 erhebt der Veranstalter eine Gebühr von 90,- EUR inkl. MwSt. Bei späteren Absagen oder Nichterscheinen wird die volle Teilnahmegebühr berechnet. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden.

Administratives *in Köln*

Der Preis

895 € inkl. MwSt

In der Teilnahmegebühr sind die Seminarunterlagen, Tagungsgetränke, zwei Kaffeepausen und ein reichhaltiges Buffet-Lunch enthalten. Hotelzimmer können Sie bei Bedarf unter Angabe Ihrer Teilnahme an dem Seminar direkt beim Veranstaltungshotel reservieren. Das Hotel hält für unsere Seminarteilnehmer ein Zimmerkontingent zu einem Vorzugspreis bereit.

Der Veranstalter

Logibrand GmbH

High performance branding

CH-9442 Berneck/St. Gallen

Tel. CH: +41.71.7401173 oder

markenwissen@logibrand.com

www.logibrand.com

Veranstaltungsort / Termin

14. November 2008

Dorint an der Messe

Deutz-Mühlheimer Straße 22-24

D-50679 Köln

T +49.221.80190-966

F +49.221.80190-925



Teilnahmebedingungen

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt, um eine vertiefte Diskussion zu ermöglichen. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt und schriftlich bestätigt. Die Teilnahmegebühr ist nach Erhalt der Rechnung zu gleichen. Bei einer Stornierung bis zum 12. Oktober 2008 erhebt der Veranstalter eine Gebühr von 90,- EUR inkl. MwSt. Bei späteren Absagen oder Nichterscheinen wird die volle Teilnahmegebühr berechnet. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden.

Anmeldung

Ja, ich melde mich zum Seminar „Optimale Markenpositionierung“ an:

- Freitag, 28. März 2008 (Dornbirn)
- Freitag 14. November 2008 (Köln)
- Ich akzeptiere die Teilnahmebedingungen

Titel, Vorname, Name:

Funktion:

Firmenname:

Branche:

Geschäftsadresse:

PLZ/Ort:

Telefon Geschäft, Fax Geschäft:

E-Mail:

Ein paar Fragen an Sie, damit wir besser auf Ihre Bedürfnisse eingehen können:

- Wie viel Erfahrung haben Sie mit Markenführung?

- Was erwarten Sie vom Seminar, wann ist es aus Ihrer Sicht gelungen?

- Gibt es konkrete Fragen, die Sie beantwortet haben möchten?

Datum:

Ort:

Unterschrift: