

Veranstalter: Deutsches Weininstitut GmbH
Abt. Handel & Gastronomie
Platz des Weines 2
(früher: Am Kümmerling 35)
55294 Bodenheim
Ansprechpartnerin: Kirstin Denzer
Tel.: 06135-9323-204
Fax: 06135-9323-210
E-Mail: Kirstin.Denzer@deutscheweine.de

Veranstaltungsorte: **Deutsches Weininstitut GmbH**
Platz des Weines 2
(früher: Am Kümmerling 35)
55294 Bodenheim
Kirstin.Denzer@deutscheweine.de

Dozent: Nicolas Crisand, Accensa GmbH

Dauer: 1,5 Tage
1. Tag 10.00 – ca. 19.30 Uhr
2. Tag 9.00 – ca. 13.00 Uhr

Zeit- und Themenplan: Siehe beiliegendes Programm

Abschluss: Die Teilnehmer erhalten eine Teilnahmebescheinigung.

Gebühren: Die Seminargebühr beträgt € 350,00 pro Person - inklusive Verpflegung und MwSt. - und wird unmittelbar mit der Anmeldung bzw. nach Erhalt der Rechnung fällig. Ausführliche Informationen können den AGB entnommen werden.

Weitere Hinweise: Wenden Sie sich für Übernachtungsanfragen für die Seminare in Bodenheim an:
Hotel Battenheimer Hof (Tel.: 06135-7090;
info@battenheimerhof.com)
oder an
<http://www.bodenheim.de/tourismus/hotels-und-gaestehaeuser>

Hotelbuchungen werden von uns nicht vorgenommen.



Damit die von Ihnen gebuchte Veranstaltung ein ungetrübtes Vergnügen bleibt, empfehlen wir Ihnen für die An- und Abreise öffentliche Verkehrsmittel.

Zur „Marke“ werden – erfolgreiche Markenkonzepte für Produkt und Betrieb

1. SEMINARTAG

10:00 Uhr

Begrüßung und Einstimmung

Die Grundlagen

- Markenwerdung und Markenführung auf Grundlage eines emotionalen Positionierungsansatzes
- Konzeptionelle Grundlagen und Beispiele aus der Praxis

(Marken-) Identität

- Wertorientiertes Selbstverständnis als Basis einer emotionalen Positionierung:
 - Wer bin ich und für was stehe ich?
 - Was ist meine „DNA“ und auf welchen Werten basiert mein Verhalten?
- WS Methoden & Tools: Wertekreis und Markensterrad

Identifikation und Verstehen der eigenen Zielgruppe

- Werte und Bedürfnisse der eigenen Zielgruppe:
 - Warum kaufen die Kunden welche Produkte?
 - Auf welchen Kriterien basiert die Kaufentscheidung?
 - Was sind die wirklichen Bedürfnisse, die die Kunden durch den Kauf bestimmter Marken erfüllen wollen?
- WS Methoden & Tools: Wertekreis und Design Thinking Ansätze

13:00 Uhr

Mittagessen

14:00 Uhr

(Marken-) Positionierung

- Aufbau einer einzigartigen und präferenzbildenden Position in den Köpfen der Zielgruppen:
 - Habe ich ein tiefes Verständnis meiner eigenen Identität und meiner eigenen Werte?
 - Was sind die differenzierenden Besonderheiten meines Angebots?
 - Sind diese für meine Zielgruppe relevant und wahrnehmbar?
 - Wie kann ich mich damit gegenüber der Konkurrenz abgrenzen?
- WS Methoden & Tools: Wertekreis, Nutzenkurve, Shell-Modell

(Marken-) Image

- Vermittlung der eigenen Markenidentität mit den gewünschten Markeneigenschaften
 - Geben meine Wertvorstellungen und das Image meiner Marke Orientierung und Sicherheit für die Zielgruppe?
 - Vermittelt meine Marke die für die Zielgruppe wesentlichen Gefühle?
 - Kann meine Marke sich vom Wettbewerb abgrenzen?
- WS Methoden & Tools: Anwendung des „Consistent Brand Personality“-Tools

17:30 Uhr

Abfahrt zum Restaurant

18:00 Uhr

Abendessen

ca. 19:30 Uhr

Ausklang des 1. Seminartages

2. SEMINARTAG

09:00 Uhr

Wiederholung und Überprüfung der Teilnehmer-Konzeptionen

- Wo stehen die Teilnehmer und wie weit sind die Konzeptionen der Teilnehmer umsetzungsfähig?

(Marketing-) Aktivitäten

- Inhaltliche und kanalspezifische Umsetzung der zuvor definierten Markenpositionierung:
 - Wie setze ich mein Marken-Image zielführend um?
 - Wie erziele ich im Rahmen der Umsetzung Konsistenz von Botschaft, Verhalten und Kommunikation?
 - Welche Kanäle nutze ich in welchem Zusammenhang?
 - Welche weiteren Vorgehensweisen und Ressourcen benötige ich zur Umsetzung?

Zusammenfassung und Abschluss

ca. 13:00 Uhr

Seminarende

Stand: 26. März 2018