

Qualifizierungsprogramm Markenmanager **BRANDING**



MARKENAKADEMIE
Für Manager, die Marken l(i)eben


MARKENAKADEMIE
Für Manager, die Marken l(i)eben

Wo ist die MARKENAKADEMIE beheimatet?
Alle Kurse finden statt an der

EBS Business School
Schloss Reichartshausen, 65375 Oestrich-Winkel

Wo kann ich mich informieren und anmelden?

MARKENARTIKEL Service GmbH
Unter den Linden 42, 10117 Berlin
Tel: 030-206 168 38, Fax: 030-206168777
markenakademie@markenverband.de

www.markenverband.de/markenakademie
www.markenakademie.wordpress.com
www.facebook.com/Markenakademie

Konstant exzellente Beurteilungen durch die Teilnehmer

„Ein praxisnahes Seminar, das branchenvielfältig aufzeigt, dass man nie auslernt.
Ein klasse Seminar, das man auf alle Fälle weiterempfiehlt - die nächsten Kollegen haben sich schon interessiert informiert!“ Marion Bimminger, Boehringer Ingelheim

„Markenthemen aktuell auf hohem Niveau vorgestellt und diskutiert. Spannende Cases,
Redner, Unternehmen, Kursteilnehmer, Ausrichter. DICKES LOB!“ Daniel Küstner, Schwartauer Werke

„Bei der Markenakademie lernt man intensiv wertvolle Praxisbeispiele kennen und man knüpft wertvolle Kontakte zu anderen Unternehmen, die den Austausch untereinander stark fördern.“ Mareike Koch, Homann Feinkost

Die über 200 erfolgreichen Teilnehmer am Qualifizierungsprogramm kamen bisher aus folgenden Unternehmen an die EBS Business School ins Schloss Reichartshausen:

Auswahl: ABUS, Beiersdorf, Boehringer Ingelheim, Carglass, Eckes-Granini, Falke, Felina, Frosta, Gerolsteiner, Guhl Ikebana, Henkel, H.J. Heinz, Hermes, Homann, Klosterfrau, Kühne, Nestlé, Procter & Gamble, Reemtsma, Ritter, Rotkäppchen Mumm, Schwartauer Werke, Triumph, Unilever, Vileda, Weber-Stephen, WMF.

LEIDENSCHAFT FÜR EINE TOP-WEITERBILDUNG IN SACHEN MARKENFÜHRUNG

Seit 2009 bietet das Qualifizierungsprogramm BRANDING der MARKENAKADEMIE das Eintauchen in reale Fälle auf der Grundlage der Erfahrungen unserer Dozenten, die hinter renommierten und langfristig erfolgreichen Marken stehen. Erfolgreiche Markenführung setzt solides Querschnittswissen in Konzeptentwicklung, Positionierung, Kommunikation, Consumer Insights und Kreativität, aber auch Markenrechtsfragen und New Media voraus. Damit ist das Programm genau auf den Bedarf von Young Professionals und „Quereinsteigern“ in die Markenführung der Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes abgestimmt. Unser anspruchsvolles Versprechen: Markenwissen aus erster Hand – für den Praxiserfolg.

Die MARKENAKADEMIE Erfolgsformel: 6-15-18

■ 2009 starteten wir die Qualifikation zum Markenmanager BRANDING, 2013 ergänzten wir unser Weiterbildungsangebot um den Markenmanager SALES. Konzentriert auf 3x2 Tage, begrenzt auf maximal 15 Teilnehmer werden 18 Marken-Cases durchgespielt. Und genau dieser Mix macht die MARKENAKADEMIE einzigartig – das bestätigen uns die bisher über 200 Teilnehmer.

■ Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes

100% Praxisnähe

Markenmanagement-Know How aus 1. Hand – direkt aus der Praxis. Alle behandelten Cases sind an aktuellen Herausforderungen der Markenführung ausgerichtet. Aber hier wird nicht an der Oberfläche gekratzt, sondern tief eingestiegen. Der oft geforderte „Blick über den Tellerrand“ - hier wird er gel(i)ebt.

Einzigartige Wissensvermittlung in Dialogform

Das Berichten über Praxisfälle und deren Herausforderungen wird immer wieder durch Diskussionen im Plenum und mit Gruppenarbeiten gemischt. Es macht einfach Spaß, in einem offenen Umfeld mit Teilnehmern aus unterschiedlichsten Branchen Gelerntes zu diskutieren, sich auszutauschen und Erfahrungen zu sammeln.

■ Dr. Oliver Nickel, Studienleiter der MARKENAKADEMIE Qualifizierungsprogramm Markenmanager BRANDING

Modul A

Kurs 13: 18. – 20. März 2015
Kurs 14: 23. – 25. September 2015

Grundlagen der Markenführung

Erfolgsfaktoren starker Marken | Aufbau von Beziehungen und Vertrauen als Credo | Systematischer Markenmanagementprozess | Generieren von Wachstum als zentrale Herausforderung der Markenführung

Strategische Aspekte der Markenführung

Brand-Consumer-Market-Culture: Das 4-Insight-Modell als Basis der Strategiearbeit | Positionierungsprozess als zentrale strategische Aufgabe | Portfolioentscheidungen, Markenrelaunch und Revitalisierung von Marken

Modul B

Kurs 13: 06. – 08. Mai 2015
Kurs 14: 18. – 20. November 2015

Operative Aspekte der Markenführung

Markenrecht: Markenfähigkeit, Registrierung, Schutzhindernisse | Marke in der internen Unternehmensorganisation verankern | Ausbau von Marken | Verbindung qualitativ hochwertiger Produkte mit psychologisch starken Erlebnissen | Umsetzung der strategischen Ideen an den relevanten Markenkontaktpunkten | Innovative Beispiele der Markenkommunikation

Markenforschung

Aktuelle Entwicklungen in der Markenforschung: „Neugierforschung“ statt „Rückspiegelforschung“ | Forschungsansätze und Praxis-Tools zu Entwicklung zielgerichteter und effektiver Kreativität: Segmentierung, Ethnographie, Co-Creation, Consumer & Expert Labs

Modul C

Kurs 13: 24. – 26. Juni 2015
Kurs 14: 20. – 22. Januar 2016

New Media zielgerichtet einsetzen

Digitale Transformation und Social Media | Beispiele erfolgreicher New Media & Cross Media Kampagnen

Kreativität und Inspiration fördern

Inspirationsquellen zur Förderung von Innovationsprozessen | Ideation & Design Thinking: systematische Ideenfindung

Agenturen auswählen und steuern

Kommunikationszielsetzung, Briefing, Pitch und Entscheidung | Agenturvertrag, Vergütungsmodelle und Agentursteuerung

Alle Kurse starten üblicherweise am ersten Tag um 18.00 Uhr mit einem gemeinsamen Kennenlernabend. Am zweiten Tag wird ein renommierter Dinerspeaker aus der deutschen Markenwelt aus seiner langjährigen Erfahrung berichten. Die Kurse enden am späten Nachmittag des dritten Tages.

Top-Referenten aus Top-Unternehmen

■ Ein breites Spektrum an Unternehmen, Top-Manager auf Augenhöhe. An den 6 Tagen erleben die Teilnehmer eine einzigartige Kombination von erfahrenen Markenmanagern aus der Markenindustrie. Von klassischen FMCG-Marken über Gebrauchsgüter bis zu Industriegüterunternehmen wird eine einmalige Breite an Cases und unterschiedlichen Perspektiven geboten.

Sie treffen u.a. auf: **Kärcher, Bosch, Carlsberg, Deutsche Bahn, Eckes-Granini, Gerolsteiner, Heidelberg, Henkel, Motorpresse, Serviceplan, Weber-Stephen.**

■ Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes

Qualifizierung auf höchstem Niveau und in besonderer Atmosphäre

■ Hinter der MARKENAKADEMIE stehen der Markenverband und als akademischer Partner die EBS Business School - eine der ältesten und renommiertesten privaten Hochschulen in Deutschland. Hier finden die Lehrveranstaltungen der MARKENAKADEMIE statt. Gelegen im idyllischen Oestrich-Winkel in der Nähe von Wiesbaden ist der EBS Campus mit seinen historischen Gebäuden und weitläufigen Grünflächen ein besonderer Ort. Mit einer besonderen Atmosphäre, die Inspiration und Ansporn zugleich ist.

■ Professor Dr. Roland Mattmüller, Akademischer Leiter der MARKENAKADEMIE Inhaber des Lehrstuhls für Strategisches Marketing an der EBS

Mit der erfolgreichen Absolvierung aller drei Module und eines Living Cases qualifizieren sich die Teilnehmer zum Markenmanager BRANDING, dokumentiert durch das Zertifikat der MARKENAKADEMIE von Markenverband und EBS Business School.

