

Digital Branding

Strategie und Praxis der Markenführung im Zeitalter der digitalen Gesellschaft

Strategische Markenführung 2020

> Wie Sie Ihre Marke fit für den Digitalen Wandel machen

Digitale Revolution

> Stärken Sie die neue Beziehung zwischen Marke und Konsument

Branding und Customer Journey

> Entwickeln Sie Konsumenten aktiv zu Fans und Markenbotschaftern

User- und Brand-Experience im Kontext von Digital Branding

> Machen Sie Ihre Markenwebsites zum Marken-, Dreh- und Angelpunkt

SPECIAL:

Die Zukunft Ihrer Marke gestalten – Sie entwickeln im Workshop für Ihre Marke, Produkte oder Dienstleitungen erste konkrete digitale Konzepte

IHR SEMINARLEITER



Prof. Hansjörg Zimmermann,
Hochschule Macromedia

IHRE PRAXISREFERENTEN



Hubertus Huber,
Bergblut GmbH



Dr. Jan Pierre Klage,
Business and Information
Technology School und
Hochschule Macromedia



Raphael Schleiter,
HypoVereinsbank AG

Digital Branding und das Verstehen komplexer Zielgruppen wird mehr und mehr zum Schlüssel für erfolgreiches Marketing. Je stärker und je digitaler sich Marken präsentieren, umso mehr steigt die Relevanz gegenüber Zielgruppen, die mit tradierten Markenversprechen und -verhalten nichts mehr anfangen können. Empfehlungsmarketing statt aufzwingende Reklame, individuelle Kommunikation der Marke statt Massenkommunikation, User-Experience statt Information Overload. Die digitale mobile Gesellschaft erfordert neue digitale Strategien.

Von Marken und Unternehmen verlangen Konsumenten heute die Fähigkeit, kanalspezifisch und crossmedial interagieren zu können. Wenn die Kunden „always on“ sind, verlangt dies explizit nach Digital Branding. Egal, wo Konsumenten gerade sind oder was sie gerade machen: Marken müssen sich über die Relevanz der digitalen Interaktion bewusst sein, um somit das Potenzial der Digitalen Markenführung erfolgreich und effizient ausschöpfen zu können. Second und third Screens gehören inzwischen bei allen Altersgruppen zum Alltag ebenso wie soziale Medien – von Facebook, Twitter und YouTube bis hin zu Pinterest und Instagram. Die Integration dieser Kanäle kann echten Mehrwert für Ihre Marke schaffen und damit die Kaufentscheidung von Konsumenten nachhaltig beeinflussen. Erleben Sie, wie man eine markenorientierte Digital Brand Journey erfolgreich plant und durchführt.

Sie erhalten vorab einen Fragebogen, um Ihre individuellen Bedürfnisse besser einschätzen zu können und um Ihren Praxisteil optimal vorzubereiten.

Nach erfolgreicher Teilnahme können Sie

- > den Wert Ihrer Marke positionieren und steigern
- > eine effiziente Digital Branding Strategie entwickeln
- > die richtigen operativen, kommunikativen Maßnahmen aufsetzen
- > mit entsprechenden Tools Ihrer Marke Stabilität verleihen

Bereits im Seminar werden Sie erste, konkrete Digital Branding Aspekte erarbeiten und auf dieser Basis können Sie umgehend Ihre eigene Digital Branding-Strategien fortführen und weiterentwickeln.

IHRE ANSPRECHPARTNERIN

Gundula Schwan
Geschäftsführerin

„Ihre Fragen zur Veranstaltung beantworte ich gerne!“

Tel. (0 81 51) 27 19 28

gundula.schwan@management-forum.de



IHR SEMINARLEITER:



Prof. Hansjörg Zimmermann ist geschäftsführender Gesellschafter von DAS GOLDENE VLIES GMBH, DIGITAL BRANDING. Seit 2007 ist er Professor im Studiengang Markenkommunikation und Werbung an der Hochschule Macromedia. Hansjörg Zimmermann ist Gründer und Herausgeber von der zeitjung.de GmbH

und Gründungsgesellschafter der Lablive GmbH – Gesellschaft für Mobile Education. 2015 wurde er Head Executive School und Vice Head School of Creative Art der Hochschule Macromedia.

IHRE PRAXISREFERENTEN:



Hubertus Huber ist u. a. Unternehmer und Initiator der Envonia GmbH, der Unideck GbR sowie Co-Founder und Gesellschafter der Bergblut GmbH. Von 2011 bis 2015 hat er als Marketing Manager des Familienunternehmens F.M. Huber GmbH Erfahrungen gesammelt und fungiert dort aktuell noch als Partner.



Dr. Jan Pierre Klage ist Speaker, Trainer und Autor für Führungskräfte aller Branchen. Er verfügt über 25 Jahre Führungserfahrung in der Medienbranche. Als Innovationsexperte lehrt er heute an der Business and Information Technology School Hamburg sowie an der Hochschule Macromedia. Jan Pierre Klage war

langjähriger Geschäftsführer des Jahreszeiten Verlags und Kommunikationschef der F.A.Z. Zudem war er als Vorstandsmitglied der International Newspaper Marketing Association in Dallas und für den VDZ tätig.



Raphael Schleiter ist seit 2010 Leiter Online-Marketing bei der HypoVereinsbank AG in München. Zuvor arbeitete er als Leiter Direct-Marketing und Vertrieb bei der Hubert Burda Media Group und von 2002 bis 2007 war er als Leiter Marketing/eCommerce/Kundenservice bei der Alois Dallmayr KG tätig. Weitere Erfahrungen sammelte Raphael Schleiter in seinen Tätigkeiten als

Direkt-Marketing-Manager bei der Helvetia-Versicherung und als Marketing-Manager bei Schwab Versand. Seine Expertise liegt insbesondere im Online-Marketing und eCommerce sowie in den Bereichen Multikanal-Management, Performance-, Dialog-, Direkt- und Brand-Marketing.

DAS SEMINARPROGRAMM

ERSTER SEMINARTAG

Ihr Seminarleiter: Professor Hansjörg Zimmermann,
Professor für Medienmanagement Hochschule Macromedia
und Geschäftsführer DAS GOLDENE VLIES GmbH, München

Die Rolle der Marke im Kontext des Digitalen Wandels und die substantielle Entwicklung der Marke hin zu einem Digital Brand. Die Schwerpunkte liegen dabei – unter Berücksichtigung diverser Markenstrategien – auf Technologie, Social Media und dem Konsumentenverhalten der Zielgruppen sowie auf der Definition zentraler Ziele für die Digitale Markeneinführung und der Bedeutung von Content Management.

- > Klassische Markenführung. Von der Markenidentität über den Markenkern zum Markenstewerrad 2020.
- > Der strategische Rahmen - Warming-up: Markenführung, User Experience und Technologie im Kontext und Grundlagen für Digital Branding im Rahmen der Digitalen Transformation.
- > Die Branding und Customer Journey als Ausgangspunkt für digitale Markenführung und der Einfluss der Digitalisierung auf Markenführung und Kommunikation
- > Design-Thinking als notwendiger Prozess, neue Produkte, neue Dienstleistungen und Marken neu zu denken
- > Der Wert und die neue Rolle von Dienstleistern und Agenturen mit Digital Branding Background - Tipps und Tricks: Vom praxisnahen Agentur-Screening mit Agenturauswahl bis hin zum Pitch und richtigen Dienstleistungspartner

Praxisbericht: „Rock your Business: Auf der Suche nach dem revolutionären Impuls“

Dr. Jan Pierre Klage, Dozent, Business and Information Technology School und Hochschule Macromedia, Hamburg, München, Berlin

ZWEITER SEMINARTAG

Im Fokus stehen spezifische, operative Umsetzung bzw. Anwendung der digitalen Programme und Maßnahmen Ihres Unternehmens. Diese werden gemeinsam in einer kleinen Gruppe erarbeitet und erörtert.

- > Die Bedeutung von Technologie erkennen und bewusst einsetzen
- > Digital Transformation für die Markenführung operativ einsetzen
- > Digital Brand Fit der eigenen Marke evaluieren
- > Am Beispiel von bekannten Shitstorms lernen und diese bewusst in positive Markenenergie umsetzen

Anschließend offene Diskussion von best cases und worst cases und konkrete Ausarbeitung der Strategie im individuellen Workshop für die operative Umsetzung der Marken der Teilnehmer.

Praxisbericht: „Wenn die Kunden nicht zur Marke kommen, muss die Marke zum Kunden kommen“

- > Wo sind die neuen Touchpoints der Banken und Finanzdienstleister der Zukunft?
- > Technologien verändern das Kundenverhalten und damit muss sich die Marke verändern
- > Nicht die klassischen Wettbewerber sondern neue Player, neue Marken aus der Digitalen Welt kämpfen um die Kunden
- > Warum Apps und Tools den Weg zum Kunden ebnen und die Loyalität des Kunden erhöhen
- > Wie müssen Informations- und Serviceangebot im Zeitalter des Digitalen Wandels angepasst werden?
- > Chancen und Herausforderung bei der Kundenbindung 4.0
- > Wie man mit Apps und Tools Mäuse fängt

Raphael Schleiter, Leiter Online-Marketing,
HypoVereinsbank AG, München

Praxisbericht: „Saftladen mal anders: wie man in etablierten Märkten erfolgreich Wettbewerb macht“

- > Statt Onkel Dittmeyer: Bergblut.com
- > Neue Zielgruppen und Konsumenten gewinnen und begeistern durch topaktuelle Digital Branding Tools
- > Der Wert von Produkt-Design und Design-Thinking beim Launch einer neuen Marken-/Produktkategorie am Beispiel DASBERGBLUT.COM

Hubertus Huber, Co-Founder, Bergblut GmbH, Söll

ZEITLICHER ABLAUF

Erster Seminartag

- 9.00** Begrüßung der Teilnehmer
- ca. 12.30** Gemeinsames Mittagessen
- ca. 17.30** Ende des ersten Seminartages

Zum Abschluss des ersten Seminartages lädt Management Forum Starnberg Sie zu einem informellen Get-together ein – eine Gelegenheit für Erfahrungsaustausch und Kontakte am Rande der Veranstaltung.

Zweiter Seminartag

- 9.00** Beginn
- ca. 12.30** Gemeinsames Mittagessen
- ca. 16.30** Ende des Seminars

Die Kommunikations- und Kaffeepausen werden im Verlauf des Seminars festgelegt.

INFORMATIONEN

ZIELGRUPPE

Dieses Seminar richtet an Geschäftsführer, Fach- und Führungskräfte der Bereiche Markenführung, Digital Media, Social Media, Vertrieb, Service, Kommunikation, Mobile-Communication sowie Customer Relation Management und Customer Care, die ihre Rolle in der Digitalisierung verstehen wollen und nach Ideen suchen, ihre Marke fit für die Zukunft zu machen.

ANMELDUNG

> per Telefon: 0 81 51/27 19-0 > per Fax: 0 815 1/27 19-19 > per E-Mail: info@management-forum.de
> per Internet: www.management-forum.de/digitalbranding
> per Post: Management Forum Starnberg GmbH · Maximilianstr. 2b · D-82319 Starnberg

TEILNAHMEGEBÜHR

Die Gebühr für das zweitägige Seminar beträgt € 1.995,- zzgl. 19% MwSt. Jede Anmeldung wird von Management Forum Starnberg schriftlich bestätigt. In der Teilnahmegebühr sind die Kosten für Mittagessen, Getränke und Arbeitsunterlagen enthalten. Sollte mehr als eine Person aus einem Unternehmen an der Veranstaltung teilnehmen, gewähren wir dem zweiten und jedem weiteren Teilnehmer 10% Preisnachlass. Die Veranstaltungsteilnahme setzt Rechnungsabgleich voraus. Programmänderungen aus aktuellem Anlass behalten wir uns vor. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an.

RÜCKTRITT

Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 75,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens zwei Wochen vor dem jeweiligen Veranstaltungstermin schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer verspäteten Abmeldung wird die gesamte Seminargebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

TERMINE UND ORTE

11. und 12. April 2016 in Köln: Pullman Cologne, Helenenstraße 14, 50667 Köln,
Telefon: 0221/2750, Telefax: 0221/2751301, E-Mail-Reservierung: H5366@accor.com, Zimmerpreis: € 156,- inkl. Frühstück

21. und 22. Juli 2016 in Starnberg: Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg, Münchner Straße 17, 82319 Starnberg,
Telefon: 08151/4470162, Telefax: 08151/4470161, E-Mail-Reservierung: reservierung@vier-jahreszeiten-starnberg.de, Zimmerpreis € 131,- inkl. Frühstück

Für dieses Seminar steht in den Seminarhotels ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung rechtzeitig direkt im Hotel unter Berufung auf Management Forum Starnberg GmbH vor.

ZIMMER-RESERVIERUNG

REGISTRIERUNG

Der Seminar-Counter ist ab 8.30 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Beginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

MANAGEMENT FORUM STARNBERG

Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte stehen wir für
> professionelle Planung, Organisation und Durchführung > Zusammenarbeit mit namhaften Referenten
> aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte > viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte

INHOUSE-SCHULUNGEN UND EINZEL-COACHINGS

Zu diesen und weiteren Themen bieten wir individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Inhouse-Schulungen und individuelle Einzel-Coachings an. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir unterbreiten Ihnen gerne ein unverbindliches, auf Ihre Wünsche zugeschnittenes Angebot.
Ihr Ansprechpartner: Peter Bartl, Tel.: +49 (0)8151/2719-0, peter.bartl@management-forum.de

ANREISE

Mit der Deutschen Bahn ab € 99,- zum Seminar von Management Forum Starnberg und zurück.
Infos unter: www.management-forum.de/bahn



Datenschutzhinweis: Die Management Forum Starnberg GmbH verwendet die im Rahmen der Anmeldung erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen per Post Informationen über weitere Angebote zu schicken. Wir informieren unsere Kunden außerdem telefonisch, per E-Mail oder Fax über für sie interessante Weiterbildungsangebote, die den von ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Forum Starnberg, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg, unter info@management-forum.de, oder telefonisch unter +49 (0)8151-27190 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

www.management-forum.de/digitalbranding, Fax 0 81 51/27 19-19



Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg

Ja, hiermit melde ich mich an für das Seminar
Digital Branding

- am 11. und 12. April 2016 in Köln
 am 21. und 22. Juli 2016 in Starnberg

1. Name	2. Name
Vorname	Vorname
Position	Position
Abteilung	Abteilung
Firma	
Straße/PF	PLZ/ Ort
Telefon	Telefax*
E-Mail*	
Branche	Beschäftigungszahl: ca.
Datum	Unterschrift

Management Forum
Starnberg GmbH
Frau Doris Brosch
Maximilianstraße 2b
D-82319 Starnberg

Sollten Sie Ihre Anmeldung bis spätestens 2 Wochen vor dem jeweiligen Termin stornieren (schriftlich bei uns eingehend), berechnen wir Ihnen eine Bearbeitungsgebühr von € 75,- zzgl. 19% MwSt. pro Person. Bei Nichterscheinen bzw. bei einer verspäteten Absage ist die gesamte Veranstaltungsgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. *Mit der Nennung Ihrer E-Mailadresse und/oder Faxnummer erklären Sie sich einverstanden, dass wir Sie auch per E-Mail und/oder Fax über unser aktuelles Angebot informieren dürfen. Wenn Sie dies nicht wünschen, streichen Sie bitte diesen Satz.