

## Workshop Positionierung und Markenführung: „Fokussierung auf strategische Erfolgspositionen“

### WARUM SIE DIESEN WORKSHOP BUCHEN SOLLTEN

- Sie wollen, dass Ihre Firma nach innen und außen **ein klares Profil, eine klare Botschaft** zeigt.
- Sie analysieren, diskutieren und treffen in diesem Workshop konkrete Aussagen über die **einzigartigen und unverwechselbaren Eigenschaften und Fähigkeiten** Ihrer Firma, Mitarbeiter, Produkte und Dienstleistungen.
- Sie erhalten Klarheit über die zukünftige Positionierung und damit Ihre **weiteren Marketing-Schwerpunkte**

### INHALT

Im ersten Teil steht die Frage nach der **Marken-Kompetenz** im Zentrum. Um diesen Kern herum erarbeiten Sie in 4 Analysebereiche Themen wie:

- Was bieten wir an?
- Über welche Eigenschaften verfügen wir?
- Wie treten wir auf?
- Wie sind wir?

Im zweiten Teil stehen die **Markenwerte** im Fokus. Je ausgeprägter diese vorliegen und kommuniziert werden, desto erfolgreicher ist die Firma in den Augen und Einschätzung der relevanten Zielgruppe positioniert.

### Der Markenwert wird im Workshop nach folgenden 4 Kriterien analysiert:

- **KONKRET:** Markenwerte identifizieren, die bedeutungsvoll und inspirierend sind

- **URSÄCHLICH:** Markenwerte ermitteln, die im eigenen Unternehmen begründet sind
- **RELEVANT:** Markenwerte herausfiltern, die für die Kunden besonders bedeutsam sind
- **SPEZIFISCH:** Markenwerte herausarbeiten, die möglichst nur auf das eigene Unternehmen zutreffen

### ZIEL UND NUTZEN

- Dieser Workshop stellt sicher, dass alle erfolgsrelevanten **marketingspezifischen Fragestellungen** zur Positionierung und Markenführung **intensiv bearbeitet sind**.
- Die **Marketingstrategie ist nun schlüssig** und ihre Marketingausgaben werden zur Vermarktung der wirklich relevanten Argumente verwendet.
- In weiterer Folge kann mit diesen Ergebnissen das firmenspezifische Marketing (CI, CD) sowie der dazugehörige Markenclaim (= Slogan) entwickelt werden.

### ORGANISATION

- Teilnehmer: Zielgruppe sind die **Kern-Mitarbeiter** (repräsentativ ausgewählt); max. Teilnehmerzahl: 12 Personen (inkl. GF)
- Dauer: 1/2 Tag; ideal ist 1 Tag
- Vorbereitung: Im Vorfeld erhalten Sie und Ihre Mitarbeiter Checklisten



### MARKENRAD

