



International Business School



Digitale Markenführung

Wirksames Marken-Management im Web

Der stagnierenden Markentreue entgegenwirken

Die schnelle Verbreitung und Popularität der Online-Medien bringt einen Wertewandel für etablierte und neue Marken mit sich.

Die Herausforderung im heutigen Zeitalter besteht darin, eine Marke nicht mehr nur auf den Werten des klassischen Marken-Managements mit Fokus auf die Aufmerksamkeitsgewinnung aufzubauen.

Heute braucht eine Marke auch die Anerkennung der Kunden im Online-Bereich. Man kann also nicht mehr strikt On- oder Offline denken.

Buchen Sie dieses Seminar

massgeschneidert und firmenintern!

Zudem stagniert die Markentreue der Kunden durch die immer breiter werdende und offen zugängliche Informationsfülle. Es wird immer gezielter nach einem bestimmten Produkt bzw. nach einer Dienstleistung gesucht.

Es gilt, der abnehmenden Markentreue durch eine klare Positionierung des Unternehmens, im Web entgegenzuwirken.



Marc Bohnenblust
Gründer und Senior Partner der Agentur Brain & Heart Commu-

nication in Zürich für die Digitale Transformation von Markenführung, Marketing und Kommunikation. In den vergangenen 20 Jahren hat er Unternehmen wie Swiss Re, Avadis, HWZ Hochschule für Wirtschaft, Rapid oder ResponsAbility in der strategischen Markenführung beraten. Sein wichtigstes Projekt ist zurzeit der Aufbau der Marke Zentrum Wattwil.

Weitere Informationen zur Veranstaltung

 www.zfu.ch/go/dig

Tag 1: Markenführung im Web

Die digitale Markenführung

Attraktivität und Bekanntheit der Marke im digitalen Zeitalter steigern und mit der Marke erfolgreich Mehrwert im Web transportieren.

Der stagnierenden Markentreue erfolgreich entgegenwirken

Möglichkeiten und Grenzen der digitalen Markenführung und warum die anerkannten Gesetze der Markenführung auch im Web bestehen bleiben.

Marke und Social Media

Sich die Frage nach der Relevanz von Social Media stellen und folgerichtig die Attraktivität einer Marke im Dialog mit den Online-Zielgruppen steigern.

Ganzheitliche Markenführung

Herausforderungen denen Marken im Web gegenüberstehen und warum man bei der Markenführung nicht On- und Offline denken darf.

Tag 2: Einfluss der Kunden

Kontrollverlust über die Marke im Web

Die sichtbare Vertretung der Marke im Web durch Dritte beobachten und den Kontrollverlust durch eine starke Positionierung minimieren.

Reputationsmanagement im Web

Das Reputationsmanagement, welches durch die neue Rolle der Konsumenten entstanden ist, als zentrale Aufgabe der digitalen Markenführung verstehen.

Der Einfluss von Kundenbewertungen und Kommentaren

Interaktion, Partizipation und Austausch mit Usern und Kunden zulassen, fördern und erfolgreich steuern.

Best Practice Case:

Brand-Building im Digitalen Zeitalter

Konsistente Markenführung durch kanalspezifische Massnahmen.

« Die nächste Kundengeneration ist online - um sie zu erreichen führt kein Weg an der digitalen Welt vorbei. »

Jetzt anmelden

www.zfu.ch/go/dig

Digitale Markenführung

Preis: CHF 2490.–

26.–27.9.2019 in Pfäffikon (Seedamm Plaza)

Tag 1 13.30–18.00 Uhr

Tag 2 8.30–17.30 Uhr

Kontakt und Beratung

Customer Care Center

Tel. +41 44 722 85 00, anfragen@zfu.ch

Allgemeines

Im Preis inbegriffen sind: Seminarunterlagen, Verpflegung und Testat.

Ab dem 2. Teilnehmer derselben Firma
10% Rabatt.

ZfU-AGBs

www.zfu.ch/informationen/agb

**Top-Seminare:
Für Ihren beruflichen
und persönlichen
Vorsprung.**