

Termin:

6. und 7. September 2010

Beginn: 06.09., 9:30 Uhr, Ende: 07.09., 16:30 Uhr

Anmeldung und Teilnehmerzahl:

- maximal 15 Personen
- Die Zulassung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfolgt nach Eingangsdatum der Anmeldung. Die Anmeldebestätigung erhalten Sie per E-Mail.
- Anmeldeschluss: 27. August 2010

Kosten:

- 200 € pro Person
- Die Kosten beinhalten Mittagessen, Workshopbewirtung und Get-together am 6. September 2010.
- Die Rechnungsstellung erfolgt vor der Veranstaltung.
- Ein kostenloser Rücktritt von der Anmeldung ist bis fünf Werktagen vor der Veranstaltung möglich. Erfolgt eine spätere Stornierung oder erscheint eine angemeldete Person nicht zur Veranstaltung, wird das volle Entgelt erhoben.
- Bei Verhinderung der angemeldeten Person kann eine Ersatzperson benannt werden und an der Veranstaltung teilnehmen.
- Die Veranstalter behalten sich vor, wegen mangelnder Teilnehmerzahlen oder Erkrankung von Dozenten/Referenten sowie sonstiger Störungen, die von den Veranstaltern nicht zu verantworten sind, angekündigte oder begonnene Veranstaltungen abzusagen. Bereits bezahlte Teilnahmegebühren werden in diesem Falle erstattet. Ansprüche auf darüber hinausgehende Kostenerstattungen ergeben sich daraus nicht.

Veranstaltungsort:

Gustav-Stresemann-Institut e.V.

Langer Grabenweg 68

53175 Bonn

Telefon: 0228 8107-0

E-Mail: info@gsi-bonn.de, Internet: www.gsi-bonn.de

Veranstalter:

iMOVE

beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)

Robert-Schuman-Platz 3

53175 Bonn

Telefon: 0228 107-1745

Fax: 0228 107-2895

E-Mail: info@imove-germany.de

www.imove-germany.de

Referent:

Rainer Schoppe leitet die IMA Institut für Markenentwicklung und Kommunikationsberatung GmbH seit ihrer Gründung im Jahr 1987.

Neben dem Service einer klassischen Werbeagentur bietet IMA eine ganzheitliche Betreuung von der konzeptionellen Markenentwicklung bis hin zur Umsetzung in Wort und Bild. Spezialisiert hat sich das Institut unter anderem auf die Bereiche Forschung und Entwicklung, Hightech und Informationstechnologie.

Nach seinem Studium an der Hochschule der Künste (HdK) in Berlin sammelte Rainer Schoppe umfassende Auslandserfahrung in Südafrika und Asien. Als Kommunikationsdesigner war er außerdem in verschiedenen Werbeagenturen und in der Markenartikelbetreuung tätig.

Seit vielen Jahren entwickelt er Workshops und Seminare für international tätige Bildungsinstitute und führt diese ebenso wie Personal Coachings im In- und Ausland durch.

iMOVE-Workshop:

Internationale Markenentwicklung für Bildungsunternehmen

6. und 7. September 2010

Gustav-Stresemann-Institut, Bonn



TRAINING – MADE IN GERMANY

EINE INITIATIVE VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Eine starke Marke hilft bei der erfolgreichen Positionierung auf internationalen Märkten. Sie transportiert die Unternehmensleistung und unterstreicht damit das Alleinstellungsmerkmal eines Angebots. Auch für Aus- und Weiterbildungsanbieter ist sie ein wertvolles Kommunikationsinstrument, das es gekonnt und zielgenau einzusetzen gilt.

Wie baut man eine Marke auf und steuert sie erfolgreich? Womit sichert man sein Markendesign und den Markenclaim wettbewerbsgerecht ab? Wie positioniert man eine Marke kompetent im internationalen Kontext und welche Chancen und Risiken birgt das eigene Umfeld?

Der zweitägige Workshop vermittelt Hintergrundwissen zu zentralen Themen wie:

- Markenanalyse und Brand Management,
- Markenpositionierung im internationalen Kontext,
- Markenkommunikation und Markenrecht.

Dieser praxisorientierte Workshop richtet sich speziell an mittelständische Unternehmen, die sich mit ihrem beruflichen Aus- und Weiterbildungsangebot erfolgreich im Ausland etablieren möchten.

In kleinen Arbeitsgruppen erarbeiten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer konzeptionelle Ansätze für das eigene Unternehmen, diskutieren mögliche Dimensionen der Markenentwicklung und wenden das vermittelte Wissen unmittelbar praktisch an.

Programm 06.09.:

- 9:00 h: Empfang und Registrierung
- 9:30 h: Begrüßung und Eröffnung des Workshops
iMOVE
- 9:40 h: Markenanalyse/Bedeutung der Marke, Standortbestimmung (1)
- Markenleistung/Definition der eigenen Geschäftsidee sowie des Aus- und Weiterbildungsangebotes
- 10:40 h: *Kaffeepause*
- 11:00 h: Markenanalyse/Bedeutung der Marke, Standortbestimmung (2)
- Markenumfeld/Rahmenbedingungen auf internationalen Märkten
- „Typisch deutsch...“/Werte- und Einflusskriterien aus der Sicht der Zielländer eruieren
- Bestimmung von Zielgruppen
- 13:00 h: *Mittagessen*
- 14:00 h: Markenanalyse/Bedeutung der Marke, Standortbestimmung (3)
- Summary, Schlussfolgerungen für die eigene Markenkompetenz
- 15:30 h: *Kaffeepause*
- 16:00 h: Markenstrategie
- Festlegen der selbst gesetzten Markenziele – zeitlich, qualitativ und quantitativ
- Strategischer Aspekt/Durchsetzung der Ziele unter realistischen Gegebenheiten
- Präsentation und Diskussion der Ergebnisse
- 18:00 h: Strategisches Fazit und Feedbackrunde
- 18:30 h: Get-together und Networking

Programm 07.09.:

- 8:30 h: Markenkommunikation (1)
- Fallbeispiele/Vermittlung der Grundzüge, Markenbotschaften international verständlich aufzubauen
- Markenaurea und Emotionalisierung
- Dos and Don'ts der Markenkommunikation
- 10:30 h: *Kaffeepause*
- 11:00 h: Markenkommunikation (2)
- Fallbeispiel/Visualisierung einer Geschäftsidee: Briefing zur externen Entwicklung von Markenclaim und Logo
- 12:00 h: *Mittagessen*
- 13:00 h: Markenkommunikation (3)
- Die Markenkultur lebendig halten/Grundzüge der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit als Mittel strategischer Marken-PR (Teil 1)
- 14:00 h: *Kaffeepause*
- 14:15 h: Markenkommunikation (3)
- Die Markenkultur lebendig halten/Grundzüge der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit als Mittel strategischer Marken-PR (Teil 2)
- 15:15 h: Markenkommunikation (4)
- Markenwert und Markenrecht/Kriterien zur rechtlichen Absicherung, Rahmenbedingungen
- Brand Management/Grundzüge internationaler Markenführung
- 16:15 h: Fazit und Feedback
- 16:30 h: Ende der Veranstaltung