

Jeder Teilnehmer erhält eine vollständige Dokumentation sowie ein Exemplar des Buches "Marken erleben im digitalen Zeitalter" von Uwe Munzinger und Christiane Wenhart.

Teilnahmegebühr: € 495,- zzgl. 19 % MwSt.

Anmeldung:

per E-Mail an mitgliederservice@markenverband.de mit Angaben zu Unternehmen, Name, Position, Anschrift des Unternehmens und Titel der Veranstaltung

Bei einer Absage erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,-. Bei Stornierungen nach dem 11. Juni 2015 und bei Nichterscheinen wird der volle Rechnungsbetrag fällig.

Die Markenberatung Sasserath Munzinger Plus unterstützt Unternehmen, Institutionen und Organisationen dabei, ihre Marken wertschöpfend und nachhaltig weiterzuentwickeln. Das Leistungsspektrum umfasst drei Schwerpunkte: strategische Markenentwicklung, Gestaltung des Markenerlebens, Optimierung des Return on Brand Investment.

**SASSERATH
MUNZINGER**
+



MARKENVERBAND

MARKEN FÜHREN IM DIGITALEN ZEITALTER

**1-TAGES-INTENSIV-SEMINAR
DONNERSTAG, 9. Juni 2016
10 BIS 18 UHR**

Markenverband
Unter den Linden 42
D-10117 Berlin

**SASSERATH
MUNZINGER**
+



MARKENVERBAND

Die digitale Transformation stellt völlig neue Anforderungen an Marketing und Markenverantwortliche. Nicht nur Kommunikation und Vertrieb stehen angesichts vielfältiger neuer Kanäle vor veränderten Herausforderungen, auch Wertschöpfungsketten, Geschäftsmodelle und Markenstrategien sind durch die Digitalisierung massivem Wandel unterworfen.

Fragen, die in dem Seminar diskutiert und beantwortet werden:

→ Welche analogen und digitalen Kontaktpunkte sind

Media Monitoring eingetragene für das Markenerleben wichtig? ersetzt werden, um eine

Marke für die Zielgruppe relevant und attraktiv zu machen? → Wie können Social Media Management und Social

→ Wie lassen sich offline und online sinnvoll verknüpfen?

→ Was bedeutet die Digitalisierung für die 4 P des Marketings?

Wie kann Transformational Branding helfen, die Kraft der Marke für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen zu nutzen?

→ und optimierWas sind die Erfolgsfaen? ktoren der Markenführung im digitalen Zeitalter?

→ Wie lässt sich das Markenerleben gezielt steuern

Mit zahlreichen aktuellen Praxisbeispielen und Handlungsempfehlungen für Markenunternehmen.

REFERENTEN



Uwe Munzinger,
Partner, Sasserath Munzinger Plus



Susanne Oemus,
Director Social Media,
Sasserath Munzinger Plus

GUEST SPEAKER



Hannes Ley,
Geschäftsführer,
THE MAIN GMBH



Simon Loebel,
Chief Digital Officer,
United Digital Group