

**Themenumfeld:**

**Wettbewerbsdifferenzierung, Unternehmensidentität (Corporate Identity), Unternehmenspositionierung, Unternehmensimage (Corporate Image), Markenaufbau (Branding), Markenprofilierung (Brand Profiling)**

## Tagesseminar

*Vorsprung durch gutes Image!*

### **Unverkennbar einzigartig: Positionierung und Profilierung von Unternehmen**

*Wie Sie Ihrem Unternehmen Konturen geben und damit unverwechselbar machen!*

## Zielgruppe

Für **Fach- und Führungskräfte aus den Fachbereichen Unternehmensstrategie, Marketing, Markenführung und Kommunikation in kleinen, mittleren und großen Betrieben in allen Branchen**, die zu den Gewinnern gehören wollen, weil sie die Identität und den individuellen Charakter ihres Unternehmens im harten Wettbewerb um Aufmerksamkeit, Sympathie und Vertrauen in der Öffentlichkeit nach außen kommunizieren und damit die Wettbewerbsdifferenzierung verbessern.

Das Seminar eignet sich ganz besonders für **Unternehmer/-innen** in Klein- und Mittelbetrieben, sowie für **Gewerbetreibende und Selbständige** mit einem eigenen Unternehmen.

## Veranstaltungsdauer / Ablauf

- 1 Tag
- 09:00 Uhr - 17:00 Uhr
- inklusive 1 Mittagspause (ca. 45 Minuten)
- inklusive 2 Kaffeepausen am Vor- und Nachmittag (jeweils ca. 20 Minuten)

## Ziele / Nutzen

Sie fragen sich, wie Sie Ihre Unternehmung am besten gegenüber Ihren Kunden präsentieren können, wofür Ihre Unternehmung in den Augen Ihrer Mitarbeiter und aus der Sicht der Interessenten, Besteller und Käufer eigentlich steht und wofür nicht? Sie wollen wissen, wie man in der heutigen Zeit die Kunden über klare und verständliche Aussagen zur Position Ihres Unternehmens noch erreicht und überzeugen kann? Dann ist dieses Seminar genau das Richtige für Sie!

**Hier erhalten Sie nämlich nicht nur wertvolle neue Impulse zur Überprüfung des individuellen Standortes und der unvergleichlichen Nutzen-Vorteile Ihres Unternehmens bzw. der Produkte Ihres Betriebs, sondern Sie werden bereits im Seminar dazu befähigt, die Positionierung Ihres Unternehmens neu zu formulieren, anzupassen bzw. zu überarbeiten.**

Diese Veranstaltung zeigt, wie konsequente Arbeit an der Identität, an der Position und am Image des Unternehmens eine überraschend positive Wirkung entfalten kann. Hier erlernen die Teilnehmer/-innen die besten Möglichkeiten zur Unternehmenspositionierung und damit zur optimalen Wettbewerbsdifferenzierung.

- Sie stellen sich unter Anleitung Ihres Trainers die Schlüssel-Fragen „Welche ZIELE verfolgen wir?“, „WER sind wir (und wer nicht)?“, „WAS können und machen wir (und was nicht)?“, „WIE machen wir das, was wir tun?“, „WARUM machen wir das, was wir tun?“, „Was macht uns so BESONDERS und SPEZIELL?“, „WIE sehen uns die Kunden (und wie nicht)?“ und suchen nach prägnanten Antworten auf dem Weg zu einer ausformulierten, starken und einzigartigen Positionierung für Ihr Unternehmen.
- Sie lernen die wichtigsten Regeln und Mechanismen der Identitätsbildung, der Marken-Proflierung und der Imagekonturierung für (Marken-) Unternehmen und (Marken-) Produkte über kommunikative Methoden und Instrumente kennen.
- Sie sind nach dem Besuch dieser Seminar-Veranstaltung in der Lage, das Fremdbild Ihrer Unternehmung bewusster zu steuern und zu optimieren, d.h. die Wahrnehmung von außen positiv zu beeinflussen und den Kunden ein geschärftes attraktives Profil Ihrer Unternehmung bzw. Ihrer Marke anzubieten bzw. zu präsentieren.
- Sie kennen die gängigen Methoden der strategischen Positionierung, der Unternehmensidentitätsbildung und des systematischen Markenaufbaus.
- Sie erfahren, wie Sie aus Analyse-Ergebnissen zum Fremdbild und zur Position Ihres Unternehmens im Kopf der Kunden strategische Schlüsse für Ihr Selbstbild ziehen und auf diese Weise die Positionierungsstärke Ihres Unternehmens messen können.
- Sie erhalten das entsprechende Methoden-Wissen, um Corporate Identity-, Positionierungs- und Branding-Strategien in Kommunikationskonzepte und Kommunikationsprogramme umzusetzen.

## Mehrwert für die Teilnehmer/innen

Alle Teilnehmer/innen erhalten zusätzlich zu einem **PDF-Dokument mit den Präsentationsfolien** des Referenten und zum **Teilnahme-Zertifikat** ein ausführliches gedrucktes **Volltext-Skript mit seminarergänzenden Informationen, Checklisten und Übersichten** zum Thema „Corporate Identity“, „Positionierung“, „Marken-Profil“ und „Image“.

**Während des eintägigen Seminars besteht für alle Teilnehmer/-innen die Option, die ausformulierte Positionierung aus dem eigenen Unternehmen mitzubringen und gemeinsam mit dem Trainer und den Kollegen/-innen direkt im Seminar zu überdenken bzw. überprüfen zu lassen, ggf. eine neue besser geeignete Positionierung für das eigene Unternehmen anzudenken und erste Anpassungen vorzunehmen.**

## Programm

„Wir sind innovativ!“, „Wir sind kompetent!“, „Wir sind dienstleistungsorientiert!“ und „Wir sind kundenfreundlich!“. Kommuniziert Ihr Unternehmen auch so? Klingt das nach einer attraktiven Marke oder einer sympathischen Unternehmenspersönlichkeit? Wissen Sie, dass solche oder ähnliche Aussagen ungefähr 90% aller Unternehmen in ihren Strategiepapieren verwenden? Diese und ähnliche Statements sind nicht in der Lage, die Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit eines Unternehmens oder einer Marke zu unterstreichen, sie positionieren das Unternehmen oder die Marke nicht, sondern sie werden von den Kunden als reine Behauptung enttarnt.

**„Positionierung“, „Identitätsbildung“, „Profilierung“ und „Konturierung“ nennt man die erfolgreiche Arbeit am richtigen Auftritt des Unternehmens auf dem Markt, am positiven Image und an der sympathischen Selbstdarstellung über Kommunikation mit den relevanten Kunden-Zielgruppen.**

Unterscheidet sich Ihre Marke nicht deutlich von anderen, wird Ihr Unternehmen für den Kunden zum sogenannten „Me-too“-Angebot und damit austauschbar. Daher sind eine klare und saubere Positionierung für das Unternehmen und ein konturiertes und scharfes Profil für die Marken in dem immer größer werdenden Wettbewerb überlebensnotwendig: Sie sorgen dafür, dass Interessenten und Kunden das Unternehmen schnell auffinden, es stimmig wahrnehmen, klar einordnen und deutlich von anderen Anbietern unterscheiden können. Nur so erfahren Kunden, wofür das Unternehmen oder die Marke steht und warum es so interessant für sie ist.

**In der Einfachheit und in der Verständlichkeit der Positionierung und in der Klarheit und Prägnanz des Markenprofils liegt der Erfolg für das Unternehmen. Wer den Kunden keine eigene Identität, keine einleuchtende Position, kein scharfes Profil seiner Unternehmung präsentieren kann, hat schon verloren. Die Schlüssel-Voraussetzungen für hohes Vertrauen, tiefe Loyalität und langfristige emotionale Bindung von Kunden heißen Corporate Identity, Positionierung, Profil und Image.**

## Auszug aus dem Inhalt

Das ist der Traum jeder Unternehmung: Eine bekannte und beliebte Persönlichkeit zu sein, die jeder Kunde sofort identifizieren und mit einer positiven Emotion in Zusammenhang bringen kann. Doch der Weg in den Kopf und ins Bewusstsein der Kunden ist heute nicht mehr so einfach wie früher. Da muss man schon deutlich aus der Masse herausstechen und eine einzigartige Identität und ein unverwechselbares Profil entwickelt haben, um heute noch Mitarbeiter, Kunden und Interessenten anlocken, überzeugen und begeistern zu können.

Die heutigen Kunden vertrauen eigentlich nur noch Unternehmen und Marken, die sich erklären, die berechenbar sind und deutliche Positionen beziehen. Kunden suchen nach außergewöhnlichen Anbietern mit dem gewissen Charakter und einem positiven Ruf. Kunden wollen von Anfang an wissen, mit wem sie es zu tun haben und ziehen daher authentische, ehrliche, glaubwürdige und sympathische Unternehmen und Marken vor.

- **Identität / Persönlichkeit, Position / Profil, Renommee / Image als Unternehmenskapital**
- **Bedeutung der Positionierung**
- **Spezielle Stärken, typische Eigenschaften, klare Ziele und authentische Werte als erfolgversprechende und nachhaltig wirkende Alleinstellungsmerkmale**
- **Die Arbeitsfelder und der Kundennutzen als Basis für eindeutige Positionierungen**
- **Der „Elevator Pitch“ zur Messung einer verständlich formulierten Positionierung**
- **Die Märkte und Zielkunden als Adressaten für Positionierungsaussagen**
- **Kommunikative Umsetzung einer Positionierung (Strategien, Instrumente, Maßnahmen)**
- **Wie man sein Unternehmen und seine unternehmerischen Überzeugungen über die Kommunikation und das Verhalten für Kunden und Partner spürbar und erlebbar macht**

## Methodik-Didaktik

Der erfahrene Marketing-Berater Alexander Schell und sein Team vermitteln den Teilnehmern/-innen nicht nur das notwendige Grundlagenwissen, sondern auch wertvolles Praxis-Knowhow aus einem Füllhorn von Erfahrungen in kleinen und großen Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen, für die das Team des eifk Positionierungs- und Markenaufbau-Workshops geleitet, Positionierungen und Markenarchitekturen überarbeitet oder neu aufgebaut hat.

Ein Erwachsenenbildungsprofi präsentiert die verständlich aufbereiteten Lerninhalte interessant, kurzweilig und unterhaltsam. Der jeweilige Vorkenntnisstand der Teilnehmer/-innen steht während dieses Seminars stets im Mittelpunkt und der Trainer geht gezielt auf die Fragestellungen der Teilnehmer/-innen ein.

Praxisbeispiele und Transferaufgaben in Wort, Bild und Ton (z.B. Hörspiele, Videoclips, Muster-Beispiele aus der betrieblichen Praxis) machen das Seminar kurzweilig und abwechslungsreich.

**Während des eintägigen Seminars besteht für alle Teilnehmer/-innen die Option, die ausformulierte Positionierung aus dem eigenen Unternehmen mitzubringen und gemeinsam mit dem Trainer und den Kollegen/-innen direkt im Seminar zu überdenken bzw. überprüfen zu lassen, ggf. eine neue besser geeignete Positionierung für das eigene Unternehmen anzudenken und erste Anpassungen vorzunehmen.**