

Kontakt

DIHK-Gesellschaft für berufliche Bildung –
Organisation zur Förderung der IHK-Weiterbildung gGmbH
Holbeinstraße 13–15
53175 Bonn

Team Innovativ Qualifizieren

IQ-Team@wb.dihk.de
+49 228 6205-500



Nutzen Sie die Produktdatenbank / den Onlineshop

Registrierte Mitarbeiter der IHKs / AHKs finden ausführliche Informationen zu allen Trainingskonzepten in der Produktdatenbank oder im Onlineshop unter

www.dihk-bildungs-gmbh.de

www.dihk-bildung.shop



Zielsetzung

Alle Teilnehmenden, die den Zertifikatslehrgang „Brand Architect (IHK)“ erfolgreich abschließen,

- erkennen die Bedeutung und Kraft einer konsistenten Marke und Markenpositionierung.
- können Analysen durchführen.
- können die eigenen Zielgruppen analysieren, definieren und fassbar machen.
- sind in der Lage, den eigenen Wettbewerb durch die Markenbrille zu analysieren und ggf. Markenstrategien zu erkennen.
- können bestehende Marke prüfen und ggf. mögliche Markenstrategien erkennen.
- können Marken oder Produktmarken entwickeln und strategisch positionieren.
- sind in der Lage, eine Marken-Identität und einen Marken-Kern herauszuarbeiten.
- unterstützen das Employer Branding mit der Entwicklung einer Unternehmermarke oder mit Schärfung/Repositionierung.
- definieren markenkonforme Themen, Content und Marketingaktivitäten.
- sind dann „Hüter der Marke“ und können bewerten und abschätzen, welche Aktivitäten und Maßnahmen markenkonform sind und welche nicht.
- schaffen die Basis für andere Unternehmensbereiche, zum Beispiel Social-Media-Kommunikation.
- sind in der Lage, Dienstleistende der Kreativwirtschaft detailliert und konkret zu instruieren, und können so die Zusammenarbeit und das Gesamtergebnis optimieren.

Im besten Fall starten die Teilnehmenden mit einem konkreten Ziel oder Auftrag, eine reale Marke oder Produktmarke zu entwickeln, in den Lehrgang. Denn dann beenden die Teilnehmenden den Lehrgang nicht nur mit einem Zertifikat, neuen Kenntnissen und Fertigkeiten, sondern auch mit einer nahezu vollendeten neuen Marke und einem konkreten Plan für die nächsten Schritte.

Zielgruppe

Der Zertifikatslehrgang „Brand Architect (IHK)“ adressiert eine breite Zielgruppe – von den Mitgliedern der Geschäftsleitung über Mitarbeitende in Unternehmen und Agenturen bis zu Gründern und Solo-Selbstständigen.

Vorwiegend sind dies Mitarbeitende aus den Bereichen:

- Unternehmenskommunikation,
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
- Marketing und Vertrieb,
- Projektmanagement,
- HR-Abteilung,
- Assistenz der Geschäftsführung.

Außerdem ist dieser Lehrgang gemacht für:

- Absolventen anderer IHK-Lehrgänge aus dem Bereich Marketing und Management,
- Solo-Selbstständige,
- Freelancer,
- Klein-Unternehmende,
- Inhaber von Personenmarken.

Das Spektrum ist deshalb so breit, weil der Lehrgang nicht nur in Fällen von Unternehmungsgründungen hilfreich ist, sondern ebenso dann, wenn ein Unternehmen schon länger am Markt aktiv ist und neue Produkte und Dienstleistungen geplant sind.

Entwickelt wurde das Qualifizierungskonzept „Brand Architect (IHK)“ von der DIHK-Bildungs-gGmbH in Bonn unter Federführung der Weiterbildungsgesellschaft der IHK Bonn/Rhein-Sieg gGmbH in Zusammenarbeit mit IHK Köln, IHK-Akademie Koblenz e.V. und den Fachleuten und Unternehmen Alyssa Theisen, Brand Attack, Krefeld und Dr. Marie Huchthausen, Business Academy Ruhr GmbH, Dortmund.

Trainings-
Konzept

Brand Architect (IHK)

Marken entwickeln und positionieren



IHK

Der Nutzen des Trainings

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Teilnehmenden in der Lage, eigenständig eine bestehende Marke und ihr Umfeld zu analysieren, zu stärken und gegebenenfalls zu repositionieren oder aber, eine neue Marke zu entwickeln, vom Wettbewerb zu differenzieren, zielgruppenaffin zu positionieren und die Grundpfeiler für die Markenkommunikation zu definieren.

Unternehmen ...

- ... sind in der Lage, die eigene Unternehmensmarke auf ihre Positionierung hin zu prüfen, die eigenen Zielgruppen abzugleichen und den Wettbewerb aus Marken-Sicht neu zu bewerten.
- ... können ihre gesamte Kommunikation nun markenkonform einsetzen.
- ... können neue Produktmarken entwickeln oder die eigene Unternehmensmarke repositionieren.
- ... können gemeinsam mit der Personalabteilung eine Unternehmensmarke entwickeln und das Thema „Employer Branding“ im Unternehmen implementieren oder stärken.
- ... können einschätzen, welche Art Inhalte (Content), ggf. Veranstaltungen, Kooperationspartnern oder Kommunikationsmaßnahmen zur eigenen Marke passen.
- ... sind in der Lage, Dienstleistende der Kreativwirtschaft konkreter zu instruieren und so ggf. das Gesamtergebnis zu optimieren und Ressourcen zu schonen.
- ... schaffen die Möglichkeit für die Mitarbeitenden, sich mit dem eigenen Arbeitgeber zu identifizieren und sie so an sich zu binden.

Der Nutzen des Trainings



Teilnehmende ...

- ... wissen um die Kraft einer identitätsstiftenden und werteverankerten Haltung und Kern einer Marke und können den dazu notwendigen Prozess anregen und initiieren.
- ... können eigenständig Personen-, Produkt- oder Unternehmensmarken entwickeln und strategisch positionieren.
- ... sind in der Lage, marken- und zielgruppenadäquate Kommunikationskanäle zu definieren.
- ... wissen, welche Art von Content produziert werden muss.
- ... können ein detailliertes Agentur- und Grafik-Briefing erstellen.

Die Erkenntnisse aus diesem Lehrgang schaffen die Basis für jegliche aktuelle und künftige Markenkommunikation und ermöglichen starke Synergien für das grundlegende Marketing, wie Social-Media-Kommunikation, Content-Kreation, Employer Branding, Online-Marketing.



Das Trainingskonzept



Brand Architect (IHK)

IHK-Zertifikat
(Deutsch + Englisch)

IHK-Test
(Marken-Präsentation und Fachgespräch)

Qualifizierung in 9 Modulen
(Umfang 72 LStd.)

Der IHK-Zertifikatslehrgang besteht aus neun aufeinander aufbauenden Modulen (Trainingsbausteinen) mit insgesamt 72 Lehrgangsstunden (LStd.) inkl. IHK-Test zuzüglich ca. 20 LStd. zur Erarbeitung der abschließenden Projektarbeit.

Für die praktische Durchführung empfehlen wir einen zusätzlichen zeitlichen Aufschlag von 10–15 Prozent für Selbststudium und Vorbereitung des Abschlussmoduls einzuplanen.

Die Trainingsmodule



Modul 1	(8 LStd.)
Orientierungsphase und Einführung in die Markenwelt	
Modul 2	(8 LStd.)
Analyse-Phase – Teil 1: Marke & Zielgruppe	
Modul 3	(8 LStd.)
Analyse-Phase – Teil 2: Wettbewerb & Trends	
Modul 4	(8 LStd.)
Markenstrategie	
Modul 5	(8 LStd.)
Markenidentität	
Modul 6	(8 LStd.)
Positionierung	
Modul 7	(8 LStd.)
Profilierungsphase	
Modul 8	(8 LStd.)
Aktivierungsphase	
Modul 9	(8 LStd.)
Marken-Präsentation und Fachgespräch	
Gesamtumfang	72 LStd.