Brand Architect (IHK)

Marken entwickeln und positionieren







Eine starke und konsistente Marke wird immer wichtiger.

Durch die zunehmende Sättigung der Märkte, steigendem Wettbewerbsdruck, vielen unterschiedlichen Kommunikationskanälen, Fachkräftemangel, den Herausforderungen der Digitalisierung und hybriden Endkonsumenten, kann eine starke Marke ein wesentlicher Treiber für nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens darstellen.

Märkte verändern sich – starke Marken bleiben.

Marke:

- schafft einen "added value" (einen Zusatznutzen)
- vermittelt Werte
- schafft Wettbewerbsvorteile
- schafft Identifikation und Umsatz
- ist Haltung
- ist ein Versprechen





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



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





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

Mitarbeitende aus den Bereichen:

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

Auch gemacht für:

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

Dieser Lehrgang ist deshalb so heterogen einsetzbar, da er nicht nur in Fällen von Unternehmungsneugründungen hilfreich ist, sondern auch wenn ein Unternehmen schon länger am Markt aktiv ist oder neue Produkte und Dienstleistungen geplant sind.



Auf Managementebene für:

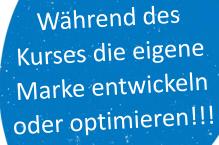
- Change Prozesse,
- Re- oder Positionierungsprozesse,
- Neuentwicklung und Einführung von Produkten oder Dienstleistungen.

Auf Abteilungsebene für:

- die Optimierung der Marketingkommunikation im Großen und im Kleinen,
- das Employer Branding,
- die Mitarbeiterbindung.



Nach Abschluss sollen die Teilnehmenden in der Lage sein, 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.



Im Lehrgang kann in einem begleiteten Rahmen eine eigene Personen-, Unternehmens- oder Produktmarke entwickelt und strategisch positioniert werden. Alternativ kann die Identität, Positionierung und Kommunikation einer bestehenden Marke geprüft und optimiert werden.

Auf den Punkt:

Die Teilnahme vermittelt die Fähigkeiten eigenständig Markenprozesse durchzuführen und so neue konsistente Marken zu entwickeln, zu positionieren und bestehende Marken zu optimieren und zu repositionieren.

Unternehmen:

- können, die eigene Positionierung und Zielgruppe prüfen und den Wettbewerb aus der Markenbrille neu bewerten
- können ihre gesamte Kommunikation nun markenkonform einsetzen und optimieren
- gegebenenfalls neue Produktmarken entwickeln oder die eigene Unternehmensmarke repositionieren
- können gemeinsam mit der Personalabteilung eine Unternehmensmarke entwickeln und das Thema Employer Branding im Unternehmen implementieren / stärken

 können einschätzen, welche Art Inhalte (Content), ggf. Veranstaltungen, Kooperationspartner oder Kommunikationsmaßnahmen zur eigenen Marke passen

 sind in der Lage Dienstleistern der Kreativwirtschaft konkret zu instruieren und so ggf. das Gesamtergebnis zu optimieren und eigene Ressourcen zu schonen

 schaffen die Möglichkeit für die Mitarbeitenden sich mit dem eigenen Arbeitgeber zu identifizieren und so an sich zu binden





Teilnehmende:

- wissen um die Kraft einer identitätsstiftenden und werteverankerten Haltung und Kern einer Marke und können diesen Prozess starten und anregen
- können eigenständig Personen-, Produkt- oder Unternehmensmarken entwickeln und strategisch positionieren
- sind in der Lage Marken- und zielgruppen-adäquate Kommunikationskanäle zu definieren
- wissen, welche Art von Content produziert werden muss
- können ein detailliertes Grafik- / Agentur-Briefing erstellen

Aufbau des IHK-Zertifikatslehrganges: Brand Architect (IHK)

(Gesamtumfang: 72 LStd.)

Modul 1 Orientierung und Einführung in die Markenwelt	8 LStd.	Modul 5 Markenidentität: Identifikation & Differenzierung	8 LStd.
Modul 2 Analyse-Phase – Teil Eins: Marke & Zielgruppe	8 LStd.	Modul 6 Positionierung: Tools und Anwendung	8 LStd.
Modul 3 Analyse-Phase – Teil Zwei: Wettbewerb & Trends	8 LStd.	Modul 7 Profilierungsphase: Tonalität und Design	8 LStd.
Modul 4 Markenstrategien verstehen und anwenden	8 LStd.	Modul 8 Aktivierungsphase: Maßnahmen und Touchpoints	8 LStd.
Modulübergreifend Markenkonzept eigenes Projekt oder Use Case	20 LStd.	Modul 9 Marken-Präsentation und Fachgespräch	8 LStd.



Konzipiert und entwickelt von der DIHK-Bildungs-gGmbH, Bonn unter der Federführung der Weiterbildungsgesellschaft der IHK Bonn/Rhein-Sieg mbH in Zusammenarbeit mit der Markenagentur BRAND ATTACK in Krefeld, der IHK Köln, der IHK-Akademie Koblenz und der Business Academy Ruhr.



Weiterbildungsgesellschaft der IHK Bonn/Rhein-Sieg gGmbH



DIHK-Gesellschaft für berufliche Bildung -Organisation zur Förderung der IHK-Weiterbildung gGmbH



Markenberatung





IHK Akademie Koblenz Ausgezeichnet weiterkommen.





Dein Schritt in die ...

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ihre Fragen?
DIHK-Bildungs-gGmbH

Team Innovativ Qualifizieren

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



