

BRAND CONTENT FÜR DIE MARKENKOMMUNIKATION

Menschen wollen kein Porzellan kaufen wollen, sondern Tischkultur. Kein Auto, sondern ein sportliches Fahrerlebnis. Sie wollen keine Cola, sondern Teil eines Kults sein. Markenmanager nutzen Brand Content, um eine Inszenierung zu schaffen, die die Bedürfnisse der Kunden bedient. Porzellanhersteller liefern Ratschläge und Lösungsideen für die Hausfrau, die ihre Tischkultur zeigen möchte. Und Cola hat keine klassische Webseite mehr, sondern ein Online-Magazin. Branded Content weicht die Grenzen zwischen Werbung, Information und Unterhaltung auf. Sie möchten mit gezielter Markenkommunikation Ihren Bekanntheitsgrad steigern und bei Kunden und Interessenten ein nachhaltiges Markenbewusstsein schaffen? In diesem Media Workshop lernen Sie, wie Sie Ihre Marke mit Inhalten aufladen und eine stringente Wahrnehmung aufbauen. Ihnen werden unterschiedliche Strategien vorgestellt, die eigene Marke zu inszenieren.

Themenschwerpunkte

- Storytelling: welche Geschichten funktionieren und was sind ihre Erfolgsgeheimnisse
- User Generated Content: Marken durch Fans inszenieren
- Brand Publishing: wie Marken zu Verlegern werden
- Marken personifizieren: wie Marken ein Gesicht bekommen
- Emotionalisierung als Instrument erfolgreicher Markenkommunikation

Lernziele

Sie erfahren, wie man einen authentischen Markenauftritt mit Brand Content aufbaut. Sie lernen, wie Ihnen die Emotionalisierung der Marke gelingt. Sie wissen, wie man erfolgreich Markeninhalte steuert und stärkt und somit nachhaltig zum Unternehmenserfolg beiträgt. Sie können einschätzen, wie viel Mut eine virale Kampagne benötigt.

Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter aus PR, Marketing und Werbung, die für den Erfolg einer Marke verantwortlich oder daran beteiligt sind.
- Kurs für Produktmanager und Kommunikationsprofis, die wissen wollen, wie Marken mit Brand Content erfolgreich aufgebaut und geführt werden.

Referent

Jörg Forthmann

Jörg Forthmann (Jahrgang 1968) ist Geschäftsführer der Faktenkontor GmbH und leitet erfolgreich Seminare zur Pressearbeit und Krisenkommunikation. Durch seine Tätigkeit als Referent in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Nestlé Deutschland AG und als PR-Berater in Hamburg besitzt er viel Erfahrung in der Gestaltung und Optimierung der Unternehmenskommunikation. Die journalistische Seite der Pressearbeit beherrscht er durch seine Ausbildung und Arbeit als freier Journalist u. a. für das Hamburger Abendblatt.

Brand Content für die Markenkommunikation

Uhrzeit: von 10:00 bis 17:30 und von 09:00 bis 16:30 Uhr

Teilnehmer: max. 12 Personen

Termine: