

Diese Veranstaltung hat bereits stattgefunden.



Miss es oder vergiss es – Markencockpits im B2B- Umfeld

8.07.2021, 9:30 bis 11:00 Uhr

Gastgeber: KANTAR

bvik-Webinar

Marken sind ein wichtiger Vermögenswert für Unternehmen. Sie bilden die Grundlage für eine zielgerichtete und fokussierte Marktbearbeitung und schaffen neben der Differenzierung nach außen auch Identifikation nach innen.

Um eine Marke zu führen, gilt es zu verstehen, welche Variablen diese beeinflussen, damit entsprechend reagiert werden kann, um die Marke kontinuierlich zu stärken. Modelle zur Messung der Markenstärke gibt es viele, ihren Ursprung haben diese aber überwiegend in der Konsumgüterforschung. Was aber macht Marken im B2B-Bereich aus?

Wir stellen vor und diskutieren mit Ihnen, was starke B2B-Marken auszeichnet, wo sie sich von B2C-Marken unterscheiden und was das für Implikationen für die operative Markenführung hat.

Was erwartet sie?

- Session 1 (30 Min): Wie Industrieunternehmen ihr Marke steuern
- Session 2 (30 Min): Mit künstlicher Intelligenz klassische

Messverfahren überholen

Dazwischen und danach freuen wir uns auf eine angeregte Diskussion und JETZT auf ihre Anmeldung!

Inhalt

Den genauen Ablauf und die Inhalte des Workshops folgen in Kürze.

Änderungen des Ablaufs sind vorbehalten.

Ziele

- Was macht eine B2B-Power-Brand aus?
- Welche Aspekte haben einen besonderen Einfluss auf B2B-Marken?
- Wie entwickelt sich der Anspruch an die Marke über die Kundenbeziehung hinweg?
- Was muss ein gutes Cockpit zur Markenführung leisten?

Zielgruppe

- Marketing-Verantwortliche aus Industrieunternehmen
- Projekt-Verantwortliche aus Agenturen
- Fach- und Führungskräfte
- Entscheider aus dem Bereich (Digital-)Marketing, Vertrieb und IT

Referenten



Dr. Bernd Christian

*Senior Director in der Analytics
Practice von Kantar*

Dr. Bernd Christian studierte in Nürnberg Betriebswirtschaftslehre und promovierte am Lehrstuhl für Statistik und empirische Wirtschaftsforschung. Nach 2 Jahren in der strategischen Unternehmensberatung bei Rödl & Partner übernahm er die Stelle als Leiter der Methodenabteilung bei Added Value (jetzt Kantar). Bei Added Value war er in der Geschäftsleitung unter anderem für den Bereich Personalentwicklung zuständig. Aktuell ist Herr Dr. Christian Senior Director in der Analytics Practice von Kantar. Seine Arbeitsschwerpunkte sind ökonometrische und psychometrische Modelle sowie maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz. Er ist zudem Lehrbeauftragter an der Reinhold-Würth-Hochschule in Künzelsau.



Jonas Kütt

Head of Transformation Marketing bei Kantar

Jonas Kütt studierte in Nürnberg und Leeds Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten

Innovationsmanagement und Marketingforschung, um dann von 2013 bis 2019 für Icon Added Value als Brand Consultant internationale Beratungsprojekt zu begleiten. Hier lag sein Schwerpunkt auf der Positionierung von Industriegüter-Marken und der Entwicklung von individuellen Markenführungs-Modellen.

Seit 2019 ist er als Head of Transformation Marketing bei Kantar für die Marketingstrategie verantwortlich. Neben seiner Tätigkeit bei Kantar forscht er über Markenführungsmodelle für Industriegüterunternehmen am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg. Er hat einen Lehrauftrag für strategische Markenführung an der TH Nürnberg, ist Vorstand für Wissenschaft im Marketingclub Nürnberg und Mitglied im Competence Circle Brandmanagement des DMV.

Gastgeber

Kantar GmbH

Kantar ist eines der weltweit führenden Unternehmen für Data Science, Insights und Consulting. Kantar versteht wie kaum ein anderer die Menschen – wie sie denken, fühlen, bewerten, entscheiden und nutzen. Für dieses tiefe Verständnis nutzen wir eigene und externe Daten, analysieren, prüfen und verbinden sie. Das Ergebnis sind relevante Empfehlungen für den entscheidenden Impact in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

Im globalen Kantar-Netzwerk mit Gesellschaften aus mehr als 80 Ländern wurde mit vergleichbaren Standards ein Konzept aus Marketingfeldern (Areas of Expertise) entwickelt. Gepaart mit der starken Kundenorientierung unserer Consultants und einem einzigartigen Portfolio an hochklassigen Problemlösungen, insbesondere im B2B Umfeld, bedeutet das eine attraktive Kombination aus Branchenexpertise, Marketing Know-how und Innovationskraft.

Unsere ganze Arbeit für ein Ziel: insight – inspired – impact.

Hauptsitz: München

Weitere Standorte: Berlin, Bielefeld, Frankfurt, Hamburg, Nürnberg, Saarlouis.

Zertifiziert nach den Qualitätsnormen ISO 9001, ISO 20252 und ISO 27001

[Mehr zum Unternehmen](#)

Profil

Erforderliche Vorkenntnisse zum Thema Markenführung

Grad an Interaktivität

Praxisbezug

• [bvik Mitglieder für Mitglieder "Marke von innen heraus entwickeln!"](#)

• [bvik Blog-Beitrag "Digitalen Content mit Brandportal nachhaltig"](#)

nutzbar machen! - bvik Best-Practice"

- bvik "Nachhaltige Personalentwicklung gegen Fachkräftemangel - Industrie-Verband bvik betont Relevanz von modernen Weiterbildungsmöglichkeiten"

KONTAKTDATEN

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)

Geschäftsstelle

Am Alten Gaswerk 20

86156 Augsburg

Tel: [0821 999 764-80](tel:082199976480)

E-Mail: geschaefsstelle@bvik.org

[Mitglied
werden](#)

