Praxis-Seminar

connecting brands
cooperation marketing agency gmbh

Markenkooperationen

Wer kooperiert – profitiert

Neue Kunden gewinnen – Image stärken – Mehrwert schaffen

Inhalte

Trend Markenkooperation
- Warum immer mehr Marken auf Kooperationen setzen

Entdecke die Möglichkeiten
- Wie Sie Kooperationen systematisch unterscheiden

Interne „Schatzsuche“
- Wie Sie Ihr Unternehmen kooperationsfähig machen

Die systematische Partnersuche
- Wie Sie den geeigneten Partner identifizieren und gewinnen

Win-win-win
- Wie Sie innovative Kooperationskonzepte entwickeln

Die Partnerschaft legalisieren
- Was Sie beim Kooperationsvertrag beachten müssen

Kooperationsprozesse richtig steuern
- Wie Sie Kooperationen effizient und partnerschaftlich managen können

Kooperations-Controlling
- Wie Sie den Erfolg Ihrer Kooperation messen

Aus der Praxis für die Praxis:

- ✔ Viele Praxisübungen, Praxisbeispiele, Checklisten und Formulare!
- ✔ Konkrete Tipps und Empfehlungen vom Experten!
- ✔ Intensiver Erfahrungsaustausch und Kontakte im Teilnehmerkreis!

Teilnehmer:

Das Seminar richtet sich an Führungskräfte und Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Werbung, Produktmanagement, Trade Marketing, Vertrieb und Kooperationsmanagement von Unternehmen aller Branchen. Des Weiteren auch Agenturen und Unternehmensberatungen.

Über connecting brands cooperation marketing agency GmbH:

connecting brands ist eine der führenden Agenturen für Kooperationsmarketing in Deutschland und bietet Markenkooperationen, Kooperationsberatung und Kooperationsevents für Marken und Unternehmen aus vielfältigen Branchen an.

Termine und Tagungsort:

Do., 22. Februar 2018
Do., 21. Juni 2018
Do., 20. September 2018
in Hamburg von 9–18 Uhr

Ihre Seminarleiter: Nils Pickenpack

- Managing Direktor und Gründer von connecting brands
- 5 Jahre Brand Management bei Unilever und Tchibo
- 7 Jahre Führungserfahrung in einer POS-Agentur
- Autor und Herausgeber von „Markenkooperationen – Wer nicht kooperiert – verliert“

Bruno Kollhorst

- Leiter Content & HR-Marketing bei der Techniker Krankenkasse
- Freier Berater und Dozent
- 5 Jahre Erfahrung im Management von Markenkooperationen
- Autor von „Markenkooperationen – Wer nicht kooperiert – verliert“

Melden Sie sich jetzt an: 040-88 190 26-30 oder seminare@connectingbrands.de

Praxis-Seminar

connecting brands
cooperation marketing agency gmbh

Markenkooperationen

Wer kooperiert – profitiert

Programm

9.00 Begrüßung und Vorstellung der Seminarleiter, Vorstellungsrunde der Teilnehmer, Abstimmung der Seminarziele

9.30 **Trend Markenkooperationen. Warum immer mehr Marken auf Kooperationen setzen**
- Aktuelle Entwicklungen
- Markenkooperation? Was ist das?
- Wann sind Kooperationen sinnvoll?

9.45 **Entdecke die Möglichkeiten! Wie Sie Kooperationen systematisch unterscheiden**
- Richtungen einer Kooperation
- Wie Sie innovative Kooperationsfelder identifizieren
- Kooperationsformen unterscheiden können
- Wie Sie ein Kooperationsprofil erstellen

10.15 Kaffeepause

10.30 **So machen Sie Ihr Unternehmen kooperationsfähig**
- Managementphasen einer Kooperation
- Wie Sie den Bedarf ermitteln und Commitment erreichen
- Die eigenen Kooperationsziele definieren und priorisieren können
- Die Potentialanalyse für eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe nutzen

11.15 **Praxis-Übung „Interne Schatzsuche“: Kooperationspotentiale entdecken.**
Was kann mein Unternehmen bzw. meine Marke einem potentiellen Kooperationspartner bieten?

11.30 **Die systematische Partnersuche. Wie Sie den geeigneten Partner identifizieren und gewinnen**
- Ein Anforderungsprofil erstellen können
- So finden und identifizieren Sie potentielle Kooperationspartner
- Wie Sie den Wunschpartner für sich gewinnen: Die Kontaktaufnahme.
- Von der Kooperationsidee zur Angebotspräsentation

12.30 **Praxis-Übung „Quickcheck“:**
Bewertung potentieller Kooperationspartner

13.00 Lunch

14.15 **Win-win-win. Die gemeinsame Konzeptentwicklung**
- Kooperationen planen und organisieren
- Der Budgetplan: Kooperation auf Gegenseitigkeit
- Erstellung eines Umsetzungs- und Aufgabenplans
- Kreativtechniken zur Entwicklung von Kooperationsideen und Konzepten

14.45 **Praxis-Übung „Cross-Innovations“: Entwicklung von Kooperationsideen**
- Präsentation der Gruppenergebnisse im Elevator Pitch

15.45 Kaffeepause

16.15 **Kooperationsmarktforschung**
- Tools zur Bewertung von Markenkooperationen
- Der Brand Cooperation Test

16.30 **Die Partnerschaft legalisieren: Der Kooperationsvertrag**
- Funktionen des Kooperationsvertrags
- Welche Vereinbarungsform für welche Kooperation?
- Der Mustervertrag: Welche Bestandteile der Vertrag beinhalten sollte

16.45 **Die Zusammenarbeit in der Projektphase. Wie Sie die Kooperation effizient und partnerschaftlich managen**
- Der Kooperationsmanager – Kompetenzen und Fähigkeiten
- Tipps für ein effizientes Projektmanagement
- Wie Sie mit Ihrem Kooperationspartner partnerschaftlich zusammenarbeiten

17.15 **Kooperations-Controlling: Wie Sie den Erfolg Ihrer Kooperation messen**
- Erfolgsgrößen von Markenkooperation: Daten und Tools
- Wie Sie den Erfolg Ihrer Kooperation dokumentieren
- High Noon: Beendigung oder Erhalt der Partnerschaft

17.30 **Wie Sie Ihre Kooperation zum Erfolg führen**
- Erfolgs- und Misserfolgsfaktoren von Markenkooperation und was Sie davon lernen können
- Kooperationsgrundsätze

17.45 Zusammenfassung der Seminarinhalte und abschließende Fragen

18.00 Ende des Seminars

Praxis-Seminar

connecting brands
cooperation marketing agency gmbh

Markenkooperationen

Wer kooperiert – profitiert

Anmeldung

Preise und Bedingungen

Die Teilnahmegebühr für das eintägige Seminar beträgt € 990,00 inkl. Mittagessen, Getränken und Seminarunterlagen sowie dem Fachbuch Markenkooperationen. Sollten zwei oder mehr Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir 15 % Preisnachlass für den zweiten Teilnehmer, 20 % für den dritten Teilnehmer und 25 % für den vierten und jeden weiteren Teilnehmer. Preise für Inhouse-Seminare auf Anfrage.

Nach der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis zu drei Wochen vor dem Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Sie erreichen uns unter:

Telefon: +49 - 40 - 88 190 26-30
Fax: +49 - 40 - 88 190 26-31

Per Post: connecting brands
cooperation marketing agency GmbH
Moorfuhrtweg 17
22301 Hamburg

E-Mail: seminare@connectingbrands.de
Online: www.connectingbrands.de

Ich/Wir nehme/n teil am Seminar:

☐ Do., 22. Februar 2018 ☐ Do., 21. Juni 2018
☐ Do., 20. September 2018

1) _____
VORNAME/NAME

_____
POSITION

2) _____
VORNAME/NAME

_____
POSITION - 15 %

3) _____
VORNAME/NAME

_____
POSITION - 20 %

4) _____
VORNAME/NAME

_____
POSITION - 25 %

_____
FIRMA

_____
ANSCHRIFT

_____
PLZ/ORT

_____
TELEFON

_____
FAX

_____
EMAIL

_____
DATUM/UNTERSCHRIFT

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon, E-Mail oder online auf unserer Homepage anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind - andernfalls informieren wie Sie sofort.
Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.