



Eyes&EarsEurope

**'Profile your customer' –
Der Schlüssel zu einer erfolgreichen Markenführung
9. & 10. Mai 2019
Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) in Zürich**

Marken sind längst nicht mehr nur ein Name und ein Qualitätsversprechen. In einer zunehmend digitalen Netzwerkgesellschaft muss Markenführung neu gedacht werden. Produkte und Services versprechen einzigartige Leistungen – Marken erfüllen Bedürfnisse und Wünsche.

In einer wirksamen Markenführung geht es um Beziehungen, Vertrauen und Werte. Je mehr wir über die relevanten Bedürfnisse und Wünsche unserer Nutzer wissen, desto besser die Chance für die Marke, auch in gefühlten Zeiten des schnellen Wandels für die Menschen bedeutsam zu bleiben.

Im Rahmen der zweitägigen Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe und dem SRF gehen wir auf die grundsätzlichen Veränderungen in der Markenführung ein und beschäftigen uns mit den Funktionen und Wirkungsweisen einer Markenbeziehung. Wir lernen von einer Markenspezialistin, einem Verhaltensökonom, einem Kriminalpsychologen und einer digitalen Vordenkerin neue spannende Wege, wie man den Mensch mit seinen Bedürfnissen und Wünschen erkennt und in den Mittelpunkt der Unternehmens- und Markenentwicklung stellt.

Die folgenden Kernthemen werden während der Veranstaltung behandelt:

- Der Perspektivenwechsel: Der Nutzer macht die Marke
- Vom Selbstoptimierer zum authentischen Beziehungspartner
- Der Schlüssel zu einer wirksamen Markenbeziehung; Customer Insights

Die Veranstaltung richtet sich insbesondere an Marken- und Marketingverantwortliche von Medien- und Kommunikationsunternehmen, Mitarbeiter aus Markenberatungs-, Kommunikations- und Dialogagenturen, die mehr über dieses Thema erfahren wollen. Auch allgemein Medien- & Markeninteressierte, Studenten und Auszubildende sind herzlich willkommen. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt – also schnell anmelden.

Anmeldeschluss: 2. Mai 2019

Referenten

Katrin Schmid, Leiterin Markenführung SRF

Katrin Schmid ist Wirtschaftspsychologin, Medienwissenschaftlerin, dipl. Marketing- und Kommunikationsleiterin und leitet die Markenführung beim SRF. Sie ist überzeugt, dass sich menschliches Verhalten nur beeinflussen lässt, wenn sich Unternehmen intensiv mit den Bedürfnissen, Motiven und Verhaltensweisen der Menschen auseinandersetzen – und beginnen, gemeinsame Leidenschaften und Interessen zu teilen.

Luca Geisseler, Partner & Executive Behavioral Designer, FehrAdvice AG, Zürich

Luca Geisseler ist angewandter Verhaltensökonom und Partner bei FehrAdvice & Partners. Seine Mission ist es, Menschen mit verhaltensökonomischen Erkenntnissen zu inspirieren und Unternehmen aufzuzeigen, wie sie eine Beziehung zu ihren Kundinnen und Kunden aufbauen und identitätsstiftend wirken können.

Dr. Thomas Müller, Kriminalpsychologe, Fallanalytiker und Buchautor

Dr. Thomas Müller ist Europas führender Kriminalpsychologe. Der gebürtige Tiroler wurde einer breiten Öffentlichkeit durch seine Tätigkeit bei der Aufklärung der spektakulärsten Serienmorde der Gegenwart bekannt (Jack Unterweger, Franz Fuchs uvm.). Gemeinsam mit seinem Mentor und Freund Robert Ressler (1,7 Millionen verkaufte Bücher weltweit u.a. Ich jagte Hannibal Lecter) interviewt Dr. Müller in Hochsicherheitstrakten Serienkiller, um deren Erfahrungswelten und Abgründe verstehen zu lernen. Zukünftige Morde können dadurch besser und schneller aufgeklärt werden. Thomas Müller ist seit 01.01.2005 am Institut für Wissenschaft und Forschung der österreichischen Sicherheitsakademie tätig und agiert als selbstständiger Sachverständiger.

Agnieszka M. Walorska, Geschäftsführerin Creative Construction Berlin

Agnieszka Walorska ist Gründerin von CREATIVE CONSTRUCTION, einer Strategieberatung für digitale Transformation, und von hidence (www.hidence.com), einem Start-up, das Eventteilnehmer miteinander vernetzt und für inspirierende Unterhaltungen sorgt. Sie ist Autorin von Fachpublikationen und Keynote-Speakerin zum Thema User Experience, digitale Innovation und digitale Strategie. Sie führte mehrere erfolgreiche Projekte im Bereich Innovation und Customer Experience u.a. für Energieunternehmen, Banken und Medienhäuser.

Programm

1.Tag: Einführung in Markenführung als Beziehungsmanagement

- Begrüßung und Einstiegsreferat von Katrin Schmid, Leiterin Markenführung bei SRF
'Erfolgreiche Markenbeziehungen werden mit Menschen geführt'
Wie in vielen Transformationsmärkten, verändert sich auch im Medienmarkt das Konsumentenverhalten rasant und disruptiert unsere herkömmlichen angebotsgetriebenen Denkmuster in der Markenführung. Wir widmen uns der dominanten Frage, wie Marken es schaffen, in Zeiten des Wandels für die Menschen bedeutsam zu bleiben.
Ein Einstieg über die Kraft der Marke als Beziehungsangebot.
- Inputreferat und Workshop mit Luca Geisseler von Fehr Advice :
'Menschliches Verhalten verstehen, messen und verändern. Den erfolgreichen Treibern der Markenbeziehungen auf der Spur'
Wir leben in einer zunehmend schneller und komplizierter werdenden Welt. Im digitalen Zeitalter bedeutet dies für die Markenführung Herausforderung und Chance zugleich. Aus verhaltensökonomischer Sicht sind Marken und Unternehmen dann erfolgreich, wenn sie Identität stiften. Identität stiften Marken dann, wenn sie beziehungsfähig sind. Im Rahmen des Vortrags wird Luca Geisseler aufzeigen, wie Identität und Beziehung zu Kunden erfasst, gemessen und systematisch gemanaged werden kann.

2. Tag: Auf der Spurensuche nach relevanten Beziehungspunkten – Möglichkeiten der Bedürfnis- und Insight-Generierung für eine gezielte Markenführung

- Inputreferat und Diskussion mit Dr. Thomas Müller:
'Der kriminalpsychologische Ansatz – Menschen verstehen, analysieren und beurteilen'
Warum ist es eigentlich möglich im Rahmen einer kriminalpsychologischen Beurteilung Menschen zu beschreiben, die man noch nie gesehen hat? Wie funktioniert eine Analyse eines Kapitalverbrechens und welche Informationen benötigt ein Kriminalpsychologe, um Verhalten beurteilen zu können, wenn er eine Aussage über den Urheber treffen soll – der ihm ja unbekannt ist? Im Zuge des Vortrages werden die Grundzüge einer Verhaltensbeurteilung besprochen und anhand praktischer Fälle dargestellt. Die Umsetzung in die alltägliche Praxis erfolgt durch die Teilnehmer selbst – mit Hilfe der Anleitung des Vortragenden

- Inputreferat und Workshop mit Agnieszka Walorska
'Digitale Datenspuren – was uns Daten über unsere Kunden verraten'
 "Data is the new oil" – es gibt wohl kaum ein Medium das diese Aussage in den vergangenen Monaten nicht mindestens einmal zitiert hat. Doch was bedeutet es konkret? Jeden Tag generieren wir ein Datenvolumen von 2,5 Exabytes (also 2,5 Trillionen Bytes oder 2,5 Millionen Terabytes). 90% aller existierenden Daten wurden in den letzten zwei Jahren generiert. Aber was genau passiert mit diesen Daten? Welche Daten sind überhaupt relevant und wie werden sie zu relevanten Insights? Wie können Technologien wie künstliche Intelligenz dabei helfen, diese Daten zu nutzen, um neue Kundenerfahrungen zu generieren?

Zeitlicher Ablauf

Do, 9. Mai 2019

- 10.30** Get together mit Kaffee
- 11.00** Begrüßung und Programmeinführung
- 11.30** Einstiegsreferat mit Katrin Schmid
- 13.00** Mittagessen
- 14.00** Referat und Workshop mit Luca Geisseler
- 17.30** Wrap-up des ersten Tages
- 18.00** Ende des ersten Veranstaltungstags

Fr, 10. Mai 2019

- 9.00** Get together mit Kaffee
- 9.30** Programmeinführung
- 9.45** Referat und Diskussion mit Dr. Thomas Müller
- 13.00** Mittagessen
- 14.00** Referat und Workshop mit Agnieszka Walorska
- 17.30** Wrap-up des zweiten Tages
- 18.00** Ende der Veranstaltung

Für Ihre verbindliche Teilnahme senden Sie bitte das ausgefüllte Anmeldeformular bis spätestens 2. Mai 2019 als Scan per eMail an academy@eeofe.org oder per Fax an +49 221 60605711.

Veranstalter & Ansprechpartner

Eyes & Ears of Europe
 Mozartstr. 3-5
 D-50674 Köln

Direktorin
 Corinna Kamphausen
Projektleitung
 Lisa Will & Ina Braun
Studienorganisation
 Marion Snyders

Tel.: +49 (221) 60 60 57 10
Fax: +49 (221) 60 60 57 11
academy@eeofe.org
www.eeofe.org

Kostenbeitrag

- € 400,- für Eyes & Ears-Mitglieder
- € 75,- für Schüler, Studenten, Auszubildende, die persönliches Mitglied bei Eyes & Ears of Europe sind, oder für Schüler, Studenten, Auszubildende bei einem institutionellen Mitglied von Eyes & Ears of Europe.
- € 800,- für Nichtmitglieder für beide Tage
- € 500,- für Nichtmitglieder für einen Tag
- € 150,- für Schüler, Studenten oder Auszubildende, die keine Mitglieder sind

Sonderkonditionen für Gruppenanmeldungen auf Anfrage an academy@eeofe.org

Der Tagungsbeitrag muss innerhalb einer Woche nach Erhalt der Rechnung per Überweisung beglichen werden. Unterkunft und Verpflegung sind durch den Tagungsbeitrag nicht gedeckt.