

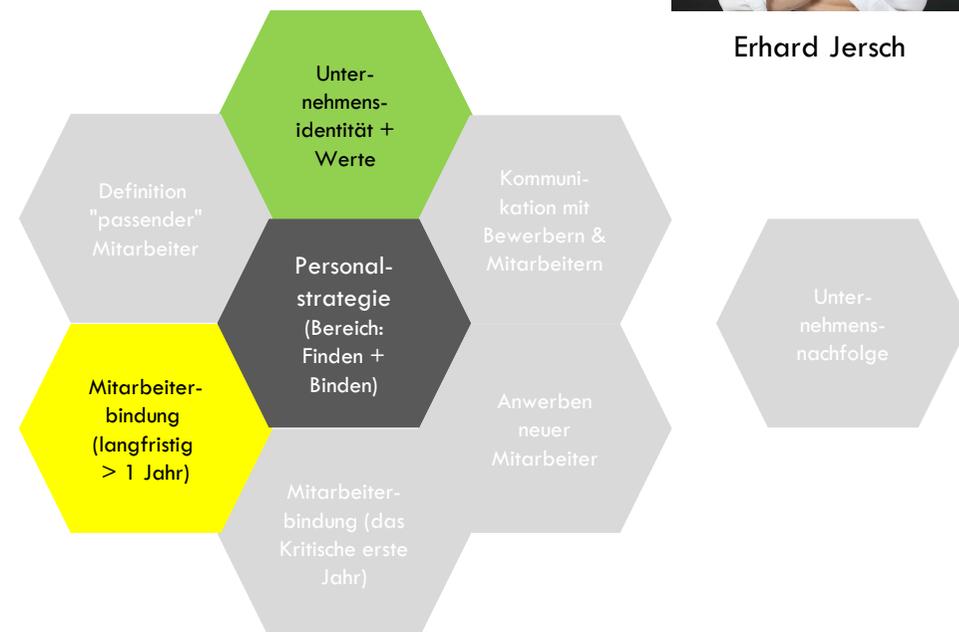
IMPULSWERKSTATT-REIHE
„PERSONALSTRATEGIE & UNTERNEHMENSNACHFOLGE“

Mittwoch, 11. September 2024, 14 – 18 Uhr

„ Markenstrategie und Mitarbeiterengagement:
Die Rolle der Marke im internen und externen Kontext.“

enthält folgende Module:

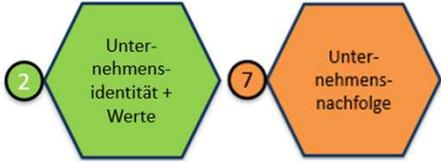
- Markenführung (2.4)
- Markendesign (2.5)
- Was erwarten Mitarbeiter (6.1) Teil 2



Petra Schmidt



Erhard Jersch



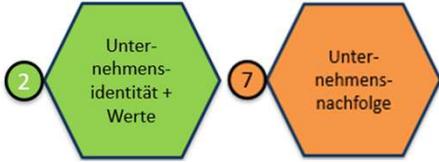
2.4. / 7.8. UNTERNEHMENSNACHFOLGE: MARKENFÜHRUNG & POSITIONIERUNG

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Stärkung und (Neu-)Positionierung der Unternehmensidentität im Veränderungsprozess der Unternehmensnachfolge
- Mit Storytelling Vision, Mission und Purpose erlebbar machen
- Unternehmensleitbild und Markenkern intern und extern kommunizieren als lebendige Grundlage für die Unternehmenskultur und -führung
- Mitarbeiter auf gemeinsamen Kurs bringen; Performancebewertungen und Anreizsysteme
- Best Practices für eine erfolgreiche Markenpositionierung vor/nach der Unternehmensnachfolge

INHALTE

- Die Marke im Veränderungsprozess: Vertrauensvorschuss oder Vertrauensverlust – Chancen und Risiken.
- Markenentwicklung ist ein fortlaufender Prozess, der auf Veränderungen im Markt und die Bedürfnisse der Zielgruppe reagiert. Unternehmerische Ziele und Markenkern hängen eng zusammen
- Der Klassiker: Wir brauchen ein neues Logo – wirklich?
- Analyse von realen Fällen aus der Praxis
- Gruppendiskussion über Herausforderungen und Chancen bei der Markenführung in unterschiedlichen Nachfolgeszenarien
- Austausch von bewährten Praktiken zwischen den Teilnehmern



2.5. / 7.9. UNTERNEHMENSNACHFOLGE: MARKENDESIGN & VISUELLE IDENTITÄT

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Wie die visuelle Markenidentität die Wahrnehmung deiner Marke beeinflusst
- Unternehmensmarke vs. Produktmarke
- Elemente im Markendesign
- Kernkriterien für ein gutes visuelles Erscheinungsbild
- Verständnis, wann ein neues Markendesign oder ein sanftes Facelift im Veränderungsprozess Sinn machen

WERKZEUGE

- Designleiter
- Beispiele aus der Praxis

INHALTE

- Designleiter
- Bildet die visuelle Identität des Unternehmens (noch) zeitgemäß ab? Ist der Markenkern noch aktuell? Sind Anpassungen im Zuge der Unternehmensnachfolge, des Generationenwechsels oder des Kaufs notwendig und in welcher Ausprägung?
- Spricht die Marke die neuen Wunschkunden an?
- Kommuniziert die Marke den USP richtig?
- Was sind die häufigsten Fehler bei der Erstellung einer Brand Visual Identity?

WAS DABEI HERAUSKOMMT...

MODERATOR: PETRA SCHMIDT

6.1. MITARBEITERZUFRIEDENHEIT UND MITARBEITERENTWICKLUNG ALS INNOVATIONSSTRATEGIE : WAS ERWARTEN UNTERSCHIEDLICHE MITARBEITENDE? FÜHREN & ENTWICKELN

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Verschiedene Studien belegen, dass die Leistung der Mitarbeiter mit der Zufriedenheit und Bindung an das Unternehmen steigt. So geht beispielsweise aus der Gallup-Studie hervor, dass Unternehmen rund 30% der Löhne und Gehälter ohne Gegenleistung zahlen – einziger Grund hierfür ist letztlich eine fehlende Mitarbeiterbindung.
- Besondere Bedeutung erhält das Thema Mitarbeiterentwicklung vor dem Hintergrund der immer schneller verlaufenden Veränderungen in Wirtschaft und Arbeitswelt, die nicht nur die Unternehmen betreffen, sondern auch und vor allem die Menschen, die in diesen Unternehmen arbeiten.
- Mit der richtigen „Innovationsstrategie Mensch“ und einer entsprechenden Vorgehensweise wächst die Mitarbeiterzufriedenheit und dadurch die Bindung von Fach- und Führungskräften. Darüber hinaus wirken motivierte Mitarbeiter wie ein Magnet, was wiederum positive Auswirkungen auf die Gewinnung neuer Fach- und Führungskräfte hat.
- Mitarbeiterzufriedenheit ist also nicht nur ein Kuschel- sondern ein knallharter Wirtschaftsfaktor.
- **Ziel: Handwerkszeug für die Umsetzung im Unternehmen!**

WERKZEUGE

- Methodische Vorgehensweise
- Richtige Einbindung der Mitarbeitenden
- Hintergründe systematisch zusammenstellen
- Priorisierungsmethoden
- Umfangreiches Handout mit Hilfsmitteln für die Umsetzung im Unternehmen

INHALTE

- Vertiefen von Hintergrundwissen zu Verhaltensmustern und Tendenzen
- Mitarbeiterentwicklung als Innovationsstrategie in KMUs implementieren
- Fach- und Führungskräfte binden, begeistern und (dadurch) neue gewinnen
- Strukturierte Vorgehensweisen
- Praxisorientierte Vorgehensweise für KMUs – keine zu „große Flughöhe“
- Handwerkszeug, das sofort in der Praxis angewandt werden kann
- Klarheit im Unternehmensalltag
- Bei richtiger Anwendung: mehr Mitarbeiterbindung und mehr Erfolg

WAS DABEI HERAUSKOMMT...



MODERATOR: ERHARD JERSCH

Erhard Jersch Rugendorf im Lkr. Kulmbach



Telefon:
+49 9223 944 100

Mobil:
+49 170 355 7986

Email:
e.jersch@jersch-gmbh.de
e.jersch@scouting-coaching.de

Internet: www.jersch-gmbh.de
www.berater-oberfranken.de
www.vbu-berater.de
www.scouting-coaching.de

Kompetenzen und Qualifikationen

- Bankbetriebswirt (Geno)
- Marketingleiter (ADG)
- Systemischer Coach und andere Ausbildungen in Kommunikation und Moderation
- DNLA®-Managementberater und Coach
- Berater und Begleiter von Unternehmen seit 1999
- Zertifizierter Bildungsträger nach AZWV 2010-2013
- Akkreditierter Berater UnternehmensWert:Mensch und UnternehmensWert:Mensch plus
- BAFA Registrierung unter 165120

Referenzprojekte

- Vision-Leitbild-Strategie Entwicklung
- Vertrieboptimierung und Vertriebsmanagement
- Organisationsentwicklung, Personalentwicklung
- Kommunikation und Führen in Veränderungsprozessen
- Teamentwicklung
- Prozess-Kommunikations-Methode
- Ganzheitlich Beraten und Verkaufen
- Entwicklung „Finanz-Schach®“, eine haptische Verkaufshilfe

Zielgruppe(n)

- Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU`s),
Genossenschaftsbanken, Sparkassen, Öffentlicher Dienst

Mein Motto, Meine Werte

- Offenheit, Verlässlichkeit, Vertrauen, Klarheit und Wertschätzung
- „Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht Männer zusammen um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre die Männer die Sehnsucht nach dem weiten, endlosen Meer.“
(Antoine de Saint-Exupéry)



zentraler Nutzen für Unternehmen

- Unsere Mission ist es, gemeinsam mit unseren Kunden die Talente und Stärken ihrer Mitarbeiter wertschätzend und wertschöpfend weiter zu entwickeln um damit gezielt die Zukunft erfolgreich und nachhaltig zu gestalten.

Veröffentlichungen

- Bankinformation 1.2011
- Genoblatt / Profil 3.2004, 9.2008, 12.2010
- Studie mit UNI Chemnitz und IMM: „Banken und interne Prozesse“ 2010
- „8-Stunden-Analyse“ bei Prof. Dr. Kurt Nagel

Petra Schmidt Kulmbach



Tel.
+49 9221 8241000
Mobil:
+49 160 97589552

eMail:
info@p-s-design.de

Internet:
www.p-s-design.de
www.berater-oberfranken.de

Kompetenzen und Qualifikationen

Über 25 Jahre Erfahrung in CI-/Markenberatung,
Marketing und Medienarbeit:

- Unternehmensphilosophie/-kultur/-leitbild
- Markenentwicklung, Positionierung
- Corporate Design
- Unternehmenskommunikation (intern/extern)
- Strategisches Marketing
- PR- und Contentstrategie
- Arbeitgebermarke / Employer Branding

Listung als Berater beim BAFA (ID 206377)
Programm: Unternehmensberatung KMU
(bis 50 / 80% nicht rückzahlbarer Zuschuss)

Referenzprojekte

- Entwicklung, Design und Kommunikation von kundenzentrierten B2B und B2C Identities und Brands mit entsprechenden Kommunikationsmitteln
- Erarbeitung von Crossmedia Marketing Strategien (online, offline, Social Media)
- Workshop: 4 Phasen Espresso Markenworkshop

Zielgruppe(n)

Inhabergeführte kleine & mittelständische Unternehmen (KMU), Familienunternehmen in der Nachfolge, Start-ups



p-s-design

KREATION + MARKETING

Zentraler Nutzen für Unternehmen

- Klarheit schafft Vertrauen.
Gemeinsam gehen wir Ihrer Identität auf den Grund und verschaffen Ihrer Marke Klarheit. CI ist Basisarbeit und Chefsache.
- Wir begleiten diesen Prozess mit dem Blick von außen.
- Zusammen bringen wir das individuelle "Warum" auf den Punkt und verankern es im eindeutigen Design und werthaltigsten mit konsequenter Kommunikation im Unternehmen und auf dem Markt.

Mein Motto. Meine Werte.

- Offene Kommunikation und ungeschminkte Wahrheit, denn: "Ehrlichkeit schafft Vertrauen schafft Erfolg"
- Keine Branchen-Spezialisierung: "Natürlich hat jede Branche ihre Besonderheiten, aber wer immer mit dem Strom schwimmt, kennt seine eigene Stärke nicht. (Petra Schmidt)