



Titel

**Mehrmarkenhandel
- Fluch oder Segen?**

Dauer

2 Tage

Ziele

- Sie lernen die Chancen und Risiken des Mehrmarkenhandels/-services zu beurteilen.
- Sie können die Potenziale des Mehrmarkenhandels/-services anhand von Marktanalysen berechnen und einschätzen
- Sie wissen, welche Marken sinnvoll kombiniert werden können.

Inhalte

- Formen des Mehrmarkenhandels
- Chancen und Risiken des Mehrmarkenhandels
- Welche Marke/-n passt zu dem bestehenden Markenportfolio?
- Übersicht über die Standards der Hersteller.
- Stärken- und Schwächenanalyse
- Potenzialanalyse und –kalkulation
- Von der Marken- zur Firmenidentität
- Marketing-Strategie
- Investitionsrechnung

Zielgruppen

Für Inhaber, Geschäftsführer, Aftersales-Manager und Verkaufsleiter, die an dem Aufbau oder weiteren Ausbau eines Mehrmarkenhandels interessiert sind.

Kommentare

In diesem Workshop werden die unterschiedlichen Aspekte des Mehrmarkenhandels/-services beleuchtet. Es werden praxisnahe Entscheidungshilfen erarbeitet und vorgestellt. Der Weg von der Entscheidung bis zur Implementierung einer zusätzlichen Marke wird mit den Teilnehmern erarbeitet.