

Titel	Dauer	Ziele	Inhalte
<p><b>Mehrmarkenhandel</b> - Fluch oder Segen?</p>	<p>2 Tage</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sie lernen die Chancen und Risiken des Mehrmarkenhandels/-services zu beurteilen.</li> <li>▪ Sie können die Potenziale des Mehrmarkenhandels/-services anhand von Marktanalysen berechnen und einschätzen</li> <li>▪ Sie wissen, welche Marken sinnvoll kombiniert werden können.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formen des Mehrmarkenhandels</li> <li>▪ Chancen und Risiken des Mehrmarkenhandels</li> <li>▪ Welche Marke/-n passt zu dem bestehenden Markenportfolio?</li> <li>▪ Übersicht über die Standards der Hersteller.</li> <li>▪ Stärken- und Schwächenanalyse</li> <li>▪ Potenzialanalyse und –kalkulation</li> <li>▪ Von der Marken- zur Firmenidentität</li> <li>▪ Marketing-Strategie</li> <li>▪ Investitionsrechnung</li> </ul>
<p><b>Zielgruppen</b></p>		<p><b>Kommentare</b></p>	
<p>Für Inhaber, Geschäftsführer, Aftersales-Manager und Verkaufsleiter, die an dem Aufbau oder weiteren Ausbau eines Mehrmarkenhandels interessiert sind.</p>		<p>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.</p>	