



How to cope with ...

... CRISIS

**Wie reagiert Ihre Marke am besten auf die Krise?
In einem 1-tägigen Workshop erarbeiten wir eine markentypische Coping Strategie mit Ihnen.**

Die Fragestellung

Wohin man auch blickt, was man auch liest, worüber man auch spricht: Gefühlt herrscht überall Krise. Ob Klima, Weltpolitik oder Inflation. Einen Ausblick auf Besserung? Noch gibt es ihn nicht.

Müssen wir da nicht unsere Markenstrategie anpassen? Passen unsere gewählten Werte und Themen noch in diese Zeit? Und zu den derzeitigen Bedürfnissen der Kunden? Diese Fragen stellen sich gerade in vielen Unternehmen.

Die Antwort

Wenn sich die Rahmenbedingungen so elementar verändern, muss auch die Marke reagieren. Aber grundlegend hinterfragen oder über den Haufen werfen muss man Positionierung und Werte in der Regel nicht.

Im Gegenteil sind gerade in diesen Zeiten Verlässlichkeit und Berechenbarkeit wichtig. Vielmehr zählt es nun, dass Sie markentypische Antworten auf die veränderten Rahmenbedingungen formulieren und zeigen, dass weiterhin mit Ihrer Marke zu rechnen ist.

Der Workshop

In einem 1-tägigen Workshop erarbeiten wir mit Ihnen in einem Canvas Modell das richtige Reaktionsmuster auf die Krise für ihre Marke.

Bestandteile

Teil 1: Das Weltbild der Marke aktualisieren

Wir starten mit einem Impuls und tauchen mit Ihnen ein in die veränderten Rahmenbedingungen und Kundenbedürfnisse und formulieren neue aktuelle Umfeldannahmen für ihre Marke.

Teil 2: Die Stärken Ihrer Marke neu interpretieren

Wir analysieren die Bestandteile ihrer Marke und ihre spezifischen Ressourcen und erarbeiten Ansätze, wie Sie diese in der aktuellen Zeit gewinnbringend für die Kunden einsetzen können.

Teil 3: Implikationen für die Markenkommunikation

Aus der aktualisierten Markt-/Marke-Betrachtung leiten wir schließlich relevante Kommunikationsthemen und Maßnahmen ab, die Sie sofort in ihre Planung integrieren können.

Arbeits- ergebnis

Am Ende des Tages haben Sie ...

- Eine ausformulierte Haltung Ihrer Marke zu den Herausforderungen dieser Zeit, die Sie als Argumentations- und Arbeitsgrundlage für die weitere Markensteuerung nutzen können
- Die inhaltlichen Grundpfeiler für die Anpassung Ihrer Kommunikationsstrategie, um noch gezielter auf die aktuellen Herausforderungen und Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen zu können
- Eine Auswahl und Priorisierung an konkreten Maßnahmen, die Sie jetzt oder mittelfristig umsetzen können.

Ziel- gruppe

Der Workshop richtet sich an Marken- und Kommunikationsverantwortliche und ihre Teams oder solche Ressorts und Arbeitsgruppen, die sich mit Marke, Purpose, Werten und Identität des Unternehmens beschäftigen.

Setup

- Die maximale Teilnehmerzahl beträgt 10 Personen.
- Der Workshop kann on-site bei ihnen vor Ort oder deutschlandweit off-site an einer geeigneten Location durchgeführt werden. Sprechen sie uns dazu gerne an.
- Die Kosten für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung belaufen sich auf pauschal EUR 6.200,00.*

Über spry

Spry berät, konzipiert und kommuniziert rund um Ihren Markenerfolg. Als Strategieberatung und „Wegbereiter“ entwickelt spry anschauliche Markenstrategien und Kommunikationskonzepte für Organisationen und Unternehmen. Grundlage ist die Beratungsphilosophie des Confident Branding: die Entwicklung von Zielbildern für die Zukunft, die Zuversicht und Selbstbewusstsein stiften. So beflügelt spry Marken ebenso wie Menschen und macht nachhaltigen Markenerfolg möglich.

Die Moderatoren

Markus Klingelhöfer und Janett Schwerdtfeger haben in über 30 Arbeitsjahren Projekt-, Workshop- und Trainingserfahrungen zu den unterschiedlichsten Marken- und kommunikationsstrategischen Fragestellungen über viele Unternehmensgrößen und Branchen hinweg gesammelt. Ihr wichtigstes Learning: Selbst für komplexe Fragestellungen lassen sich geeignete Lösungswege meist innerhalb eines Tages erarbeiten - mit den richtigen Leuten an einem Tisch und in einer konstruktiven Arbeitsatmosphäre.

Interessiert?

Für mehr Informationen und konkrete Anfragen schreiben Sie uns an brandschool@spry.works

*** Klein-
gedrucktes**

Der Pauschalpreis gilt für die Standard-Variante des Workshops on-site und beinhaltet:

- Eine Vorabstimmung per Telefon oder Video-Call
- Die individuelle Vorbereitung auf Ihr Unternehmen
- Durchführung des 1-tägigen Workshops (ca. 8 Stunden Workshopzeit inkl. Pausen) mit zwei Moderatoren
- Die Nachbereitung in Form einer Foto-Dokumentation und Nachbesprechung per Telefon oder Video-Call

Individualisierungswünsche sowie die Übernahme von organisatorischen Aufgaben für einen off-site-Workshop werden nach Absprache und Aufwand berechnet. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer von 19%. Spesen und Reisekosten werden nach Beleg weiterberechnet.

Stand: März 2023

© 2022 spry GmbH