
Post HBO

Strategisch Merkmanagement



“De Post HBO opleiding ‘Strategisch Merkmanagement’ omvat 5 collegendagen. U volgt de opleiding met 10-15 deelnemers op een van onze opleidingslocaties. Tijdens de colleges werkt u aan opdrachten en wordt theoretische merkkennis afgewisseld met heldere praktijkvoorbeelden. De colleges vinden in vier dagen plaats van 15:00 uur tot 21:00 uur.”



Introductie

Door te opereren vanuit een eenduidige merkstrategie fungeert uw eigen merk als leidraad / kompas voor uw organisatieactiviteiten. Hiermee wordt uw bedrijf betekenisvoller voor uw klanten op een manier die alleen ú hen kan bieden. Uw merk komt hierbij tot leven en wordt een krachtige tool om uw klanten en personeel te motiveren, focus aan te brengen in uw bedrijfsactiviteiten en keuzes te maken op alle niveaus binnen de organisatie. Tijdens deze opleiding leert u onder andere hoe u tot een succesvolle merkstrategie kunt komen en hoe u uw merk kunt onderhouden, doorontwikkelen en verduurzamen.

Onderwerpen

- Welke trends zijn er op het gebied van merkontwikkeling, branding en waardecreatie?
- Hoe kan ik een herkenbare waardepropositie/ merkpositionering ontwikkelen ?
- Hoe kan ik een merkstrategie opzetten, integreren en implementeren in de organisatie?
- Hoe kan ik ervoor zorgen dat het merk als kompas gebruikt wordt in de organisatie?
- Hoe zorg je dat er merkconsistentie gewaarborgd wordt tijdens de executiefase?
- Hoe ontwikkel je een krachtige en onderscheidende online brandingstrategie ?
- Hoe zorg ik d.m.v. 'brand driven change' voor gewenst merkgedrag in de organisatie?
- Hoe verenig je (external) brand building met internal branding ?
- Hoe veranker je het gecreëerde "Brand DNA" in de organisatieprocessen?

Resultaat

Na afloop van de Post HBO Strategisch Merkmanagement bent u in staat om zelfstandig uitvoering te geven aan het 'strategische merkenbeleid'. U weet hierbij wat de strategische en praktische implicaties van uw beleidskeuzes zijn. U weet hoe u tot een juiste 'brand strategy' kunt komen en weet tevens hoe u in logische stappen tot een goede executie kunt komen. U bent in staat om grip te houden op het 'internal brandingproces' en weet op de juiste momenten bij te sturen. Tot slot bent u op de hoogte van de laatste kennis op het gebied van merkstrategie, brand development, brand driven change en imagomanagement.

Inhoud

DAG 1 Merkstrategie, merkwaarden en merkpositionering (college 1 en 2)

Tijdens deze dag leert u hoe u een kunt komen tot een heldere merkpositionering en/ of branding strategie. U wordt bijgepraat over de rol van merkwaarden, archetypes en 'laddering' in branding. U leert hoe u vanuit een merkstrategie tot concrete merkcommunicatie kunt komen en hoe u kunt bouwen aan een sterk merk. Uiteraard komt ook de (interne) organisatiekant van het merk aan de orde.

DAG 2 Online branding en social strategy (college 3 en 4)

Tijdens deze dag leert u hoe u tot een succesvolle online branding- en social strategie kunt komen. U leert het belang van digital onderkennen en leert hoe u met de specifieke dynamieken van het web dient om te gaan. U wordt bijgepraat over de laatste trends en ontwikkelingen op het gebied van online branding en leert tot slot hoe 'digital en social' verweven kan worden met (bestaand) merkbeleid in de organisatie.

DAG 3 Uitvoering en integratie van merkbeleid (college 5 en 6)

Tijdens deze dag staat de executie van merkstrategie centraal. Kernvraag die hierbij centraal staat: Hoe breng je het merk in lijn met andere organisatieprocessen? Hoe zorg je ervoor dat het merk hierop kan 'aanhaken'? En bovenal; hoe richt je je systemen hierop in zodat er op een consequente en consistente manier merkenbeleid gevoerd kan worden?



DAG 4 Brand driven change management (college 7 en 8)

Tijdens deze dag leert u hoe u de organisatie/ uw medewerkers concreet gereedmaakt voor de implementatie van de merkstrategie. U krijgt nieuwe kennis en inzichten over internal branding, organisatiecultuur, verandermanagement en leadership en leert wat nodig is om gedragsverandering tot stand te brengen.

DAG 5 Borging van de merkidentiteit in de organisatie (college 9 en 10)

Tijdens deze dag komt het borgingsstuk van merkbeleid uitvoerig aan bod. U leert hoe u het 'Brand DNA' van uw bedrijf kunt borgen in organisatieprocessen zodat u op een duurzame manier aan uw merk verder kunt bouwen. Daarnaast leert u hoe u het gewenste merkgedrag van uw medewerkers verder kunt stimuleren, de betrokkenheid kunt verhogen en dit 'brand behaviour' kunt verankeren.



Vorm

De Post HBO Strategisch Merkmanagement is zo opgezet om u in praktische zin en in relatief kort tijdsbestek zoveel mogelijk bij te brengen over merkbeleid en branding. Verder staat de kwantificering van beleid centraal tijdens deze opleiding. U redeneert gedurende de opleiding terug vanuit een bedrijfskundig perspectief. Tijdens uw opleiding/ referaat wordt u begeleid door een kerndocent. Deze docent is gedurende de opleiding beschikbaar voor uw vragen en opmerkingen en zal u daar waar nodig ondersteunen. De kerndocent beoordeelt u aan het einde van de opleiding.

Wie

De Post HBO Strategisch Merkmanagement is bedoeld voor professionals die zich verder willen ontwikkelen op het gebied van merkstrategie en brand management. De cursus is een executive training wat betekent dat een bepaald werk- en denkniveau gewenst is. Doorgaans hebben onze deelnemers een marketingachtergrond, 5 tot 15 jaar relevante werkervaring en HBO+ denkniveau. In principe staat het iedereen vrij om deel te nemen, onze ervaring is echter dat het optimale leerresultaat ligt bij een ruimere werkervaring.

Docenten

De docenten die de Post HBO Strategisch Merkmanagement voor u verzorgen, hebben hun sporen ruimschoots in de praktijk verdiend. Zij hebben doorgaans brede ervaring als brand consultant, marketingdirecteur, merkstrateeg of marketing manager. Naast deze ervaring hebben zij ook een goede kennis van wetenschap, modellen en strategieën waardoor zij als geen ander in staat zijn om een brug te slaan tussen strategie en praktijk. Tot slot hebben zij ruime ervaring op het gebied van merkbeleid, -strategie en online branding.

Kosten

Uw investering voor de Post HBO Strategisch Merkmanagement bedraagt EUR 2.850,- (ex BTW). Dit bedrag is inclusief colleges, cursusmateriaal en literatuur. Cateringkosten en eventuele verblijfkosten zijn hierin niet meegenomen. Er zijn mogelijkheden om in meerdere termijnen het deelnamebedrag te voldoen. Informeer naar de mogelijkheden als u hier gebruik van wilt maken. De opleidingskosten zijn overigens aftrekbaar van de belasting. Meer informatie vindt u op de website van de belastingdienst.

Data

De colleges vinden om de twee weken plaats. Er vinden per dag twee colleges plaats. Er wordt gestart om 15.00 uur met het eerste college, het tweede college start om 18.30 uur en duurt tot 21.00 uur. Aanmelden kan op de locaties: Amsterdam, Arnhem, Assen, Breda, Den Bosch, Eindhoven, Enschede, Emmen, Groningen, Leeuwarden, Maastricht, Middelburg, Rotterdam, Utrecht, Venlo of Zwolle.

Over Utrecht Business School

Utrecht Business School is de business school voor management executives en business leaders in Nederland. Wij leiden onze studenten op tot zwaardere professionals en bereiden ze voor op een volgende stap in hun carrière. Dit doen wij op de vakgebieden finance & accounting, marketing en communicatie, strategie, hrm en management & leadership. We ondersteunen studenten gedurende hun carrière met kennis, contactmomenten en inspiratie en geven middels educatie en certificering duiding aan kennisniveaus en werkervaring.

Studeren met een helder doel

- Hoogwaardige kennis en inzichten
- Unieke combinatie wetenschap en praktijk
- Behalen van 'persoonlijk doel' staat centraal
- Beste prijs-kwaliteitverhouding
- Financieel aantrekkelijk voor werkgever en werknemer



Inschrijven

Inschrijven voor deze opleiding kan via onze website www.ubsbusiness.nl

Contactinformatie

Utrecht Business School

T: 030-227 04 97

W: www.ubsbusiness.nl

E: info@ubsbusiness.nl

UBS op social media



Utrecht Business School
