



FBA – Family Business Association
Vereinigung von Unternehmerfamilien



26. FBA Forum

Starke Marke – in allen Kanälen

17. Januar 2019

In Partnerschaft mit LGT Private Banking und SIX



Private
Banking



Starke Marke – in allen Kanälen

Die Formel für Erfolg = Fokus x Multiplikation: Im grossen Heer der vielen Anbieter ist Differenzierung gefragt. Im kleinen Teich Dominanz haben, entspricht der Erfolgsformel, deren sich mancher Mittelständler im deutschsprachigen Bereich verschrieben hat. Und dies dann sichern durch eine grosse Präsenz in allen Kommunikations- und Vertriebskanälen, möglichst weltweit.

Notwendigkeit einer profilierten Marktpositionierung: Unternehmen mit einem 08/15-Auftritt im Markt haben schlechte Chancen, denn sie sind austauschbar und können nur noch über den Preis verkaufen. Empfehlenswerter ist der Fokus auf eine einprägsame mit positiver Symbolik ausgestattete Marke, die einzigartig ist und über eine ableitbare DNA verfügt. Wie beispielsweise Ricola.

Erfolgsparameter in der Markenführung: Markenführung ist strategisch und zugleich extrem operativ. Es gilt, das eigene Angebot von den Mitbewerbern abzugrenzen und mit charakteristischen Eigenschaften (Attributen) auszustatten, und dies gekonnt zu kommunizieren. Der Aufbau einer Erfolgsmarke ist langfristig zu gestalten. Kurzfristig ist stets an deren Einzigartigkeit zu feilen, und dies mit jedem Kundenkontakt – jedem «moment of truth» (Augenblick der Wahrheit), an jedem Kundenkontakt in der «customer journey».

Essence versus Digitalisierung – Anforderungen an das Marketing: Erfolgreiche Marken haben Tradition. Ihnen ist es gelungen, die unternehmerische Essenz (die Urkompetenz) über die Jahrzehnte aktuell zu gestalten und mit emotionalen Botschaften zu stärken. Die Digitalisierung ermöglicht es, Kunden und potentielle Käufer auf den unterschiedlichsten Vertriebswegen kanalgerecht und individuell anzusprechen. Hier finden enorme Umgestaltungen statt. Der Vertrieb darf nicht nur intellektuell, analytisch und digital stattfinden. Emotionalität gehört zu jedem Verkaufsprozess und ist bis zum Verkaufspunkt zu zelebrieren.

Multichannel-Vertrieb – flexibel umgesetzt: Es bleibt eine vornehme Aufgabe, ein bekanntes Spitzenprodukt gekonnt zu vermarkten. Omni-Channel-Management ist zur Herausforderung geworden. Vertriebler müssen das ganze Klavier an Möglichkeiten sauber abgestimmt einsetzen und dabei immer die Eigenheiten des betreffenden Wegs zum Kunden und Käufer beachten. Die Kunst ist deren Integration und die einheitliche Datenbank, welche jeden Kontakt dokumentiert und die Grundlagen für zukünftige Strategien liefert.

Anforderungen an die Vertriebsmannschaft: Im persönlichen «face-to-face»-Kontakt sind nach wie vor Ehrlichkeit, Gewissenhaftigkeit und Teamfähigkeit gefragt. Im Weiteren ist das gewünschte Anforderungsprofil sehr abhängig von der Vertriebsstruktur, dem entsprechenden Aufgabenspektrum sowie dem Digitalisierungsstand. Mit dem Omni-Channel-Management werden die Eigenheiten und Vorteile jedes Vertriebsweges optimal gestaltet und ausgeschöpft. Wobei das «fünfte P» im Marketing-Mix (People) erfolgsentscheidend bleibt.

Wir freuen uns darauf, diese anspruchsvollen Themen mit Ihnen und den PodiumsteilnehmerInnen zu diskutieren.

Thema: **Starke Marke – in allen Kanälen:
Erfahrungsberichte aus erster Hand**

Datum: 17. Januar 2019

Zeit: 17.30 Uhr bis ca. 22.30 Uhr

Ort: Hotel Baur au Lac, Talstrasse 1, 8001 Zürich

Art: Podiumsgespräch

Programm: ab 17.30 Empfang und Eintreffen der Gäste

18.00 Begrüssung durch Dr. Leonhard Fopp,
Vorstand FBA Family Business Association

18.20 Podiumsdiskussion – Moderation von Stefan Vogler,
Markenexperte und Dozent HWZ Hochschule für
Wirtschaft – mit:

- **Monique Bourquin**, mehrfache VR (u.a. Emmi) und
Präsidentin der Promarca, Schweizerischer Markenar-
tikelverband
- **Nicole Brandes**, Vordenkerin – Zukunft der Führung
- **Raphael Richterich**, Chief Marketing Officer, Ricola AG

19:30 Apéro

20:00 Dinner im «Le Salon Français»

22:30 Schluss der Veranstaltung

Teilnahmegebühr: CHF 200.00 für FBA Mitglieder
CHF 100.00 für «next generation – members»
CHF 150.00 für begleitende Partner/Partnerin
CHF 300.00 für Nicht-Mitglieder
Preise inkl. Apéro und Abendessen

Bei Nichterscheinen werden keine Teilnahmegebühren zurückerstattet.

FBA ist die Vereinigung von Unternehmerfamilien – das Netzwerk für Impulse und Freundschaften für die Entwicklung der Familie und des Unternehmens.

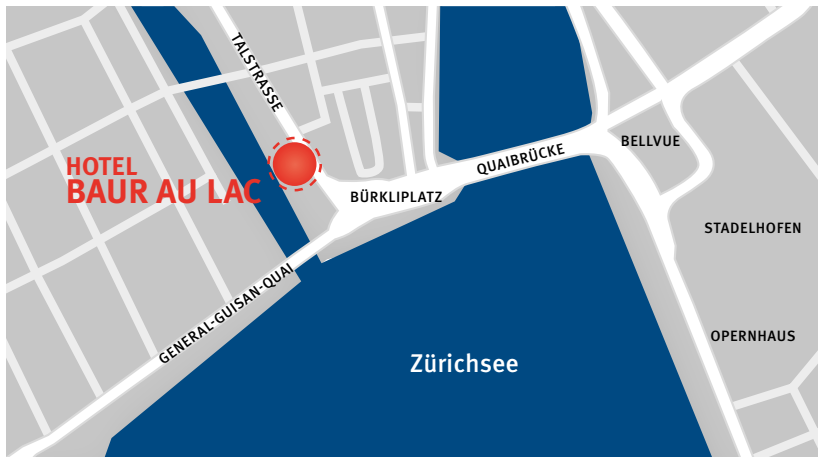
Seit vielen Jahren setzen wir uns ein für Familienunternehmen und Unternehmerfamilien. Dafür organisieren wir attraktive Plattformen und sorgen für einen breiten Informationsaustausch. Wir wollen langfristig die Erfolgspotentiale von Schweizer Familienunternehmen stärken, um deren Profitabilität sowie Überlebenschancen zu steigern.

Wir ermöglichen den direkten Erfahrungsaustausch in einem privaten Ambiente. Dabei gibt es Veranstaltungen für die «Generation in Power» und ebenso für die «Next Generation».

FBA Family Business Association – Vereinigung von Unternehmerfamilien hat somit nur einen Fokus. Uns verbindet der Stolz, dass Familienunternehmer in der Schweiz eine tragende Säule der Wirtschaft sind. Zu unseren Aktivitäten zählen Podiumsgespräche, Workshops und Veranstaltungen mit ausgewiesenen Familienunternehmen sowie ausgewählten Dienstleistern.

www.familybusinessassociation.ch

Ort der Veranstaltung: Hotel BAUR AU LAC, Talstrasse 1, 8001 Zürich,
+41 44 220 50 20, www.bauraulac.ch



Ihre allfälligen Fragen richten Sie bitte an: Frau Fabienne Zeberli,
Geschäftsstelle FBA Family Business Association Tel. +41 41 552 11 21
info@familybusinessassociation.ch