

Masterclass Brand Portfolio & Extensions

Hoe richt je een effectieve merkportfolio in, die past bij jouw organisatie? Waarom zet je corporate merk endorsement in? En wanneer introduceer je nieuwe producten onder een bestaand merk en wanneer ontwikkel je een nieuw merk?

In de 2-daagse Masterclass Brandportfolio & Extensions leer je de onderliggende theorie (o.a. categorisatie en brand extension theory) en delen we inzichten uit talrijke nationale en internationale cases. We besteden aandacht aan modellen, toepassingen in de praktijk, de inzet van onderzoek én aan het proces in de organisatie. Er is voldoende ruimte om te sparren over jouw portfoliovraagstukken.

Data: 10 + 11 april '24

Opleidingsprijs: € 1.750,- (ex. btw)

Leden van bvA, VIA, Logeion, SWOCC en NIMA: € 1.487,50 (ex. btw)

Locatie: DoubleTree by Hilton Royal Parc Soestduinen

Ontwikkeld en begeleid door:

Onno Maathuis en Mary Hoogerbrugge (De Positioneerders). Onno is gepromoveerd op een onderzoek naar merkportfolio-management. Samen hebben zij de afgelopen jaren veel organisaties geholpen bij het inrichten van hun merkportfolio en het nemen van beslissingen over merken bij fusies, productintroducties en (her-)positionering.

Voldoet de opleiding aan jouw behoeften?

Jij bent verantwoordelijk voor een merk en/of merkportfolio van een organisatie. De uitdaging is om te zorgen dat het merkbeleid toekomstbestendig is en past bij de strategie en cultuur van de organisatie.

Jij wilt jouw eigen onderbouwde visie vormen, hierover kunnen sparren met het bestuur, en de organisatie meenemen in de merkontwikkeling.

- Welke theorieën en tools kun je inzetten om het merk/ de -portfolio te analyseren?
- Hoe richt je een merkenportfolio in die aansluit bij de organisatie en de markt?
- Hoe zorg je dat een merk of merkportfolio richtinggevend is voor productontwikkeling, dienstverlening en communicatie?

Voor wie is deze 2-daagse?

Merk-, marketing- en communicatieprofessionals van commerciële en publieke organisaties die te maken hebben met fundamentele en praktische vragen rondom de inrichting van de merkportfolio. En merkadviseurs en -strategen die voor zichzelf of bij een bureau werken en hun strategische kennis op dit terrein willen vergroten.

Programma:

Dag 1:

- Theorie en toepassing merkportfolio & brand extensions (Onno Maathuis)
- Merk en innovatie: van belofte naar bewijs (Hans Middelhoek, The USP Company)
- Portfoliomanagement in de praktijk (Remko Herremans, ABN AMRO)

Dag 2:

- Praktische toepassingen a.d.h.v. het MerkPortfolioModel (Mary Hoogerbrugge)
- Interactieve case (Onno Maathuis)
- Aan de slag met eigen portfoliovragen (Mary & Onno)

Inschrijven kan hier:

www.irisacademy.nl/masterclasses/masterclass-brand-portfolio-extensions