

# **FWI-Workshops**

**FWI-Workshop „Aufbau und Führung von Marken in der Werkzeugindustrie“**  
mit Johannes Pauen, Geschäftsführender Gesellschafter der Markenagentur kleiner und bold  
**9.-10.2.2011**

Der globale Wettbewerb stellt deutsche Werkzeughersteller vor immer größere Herausforderungen. Insbesondere asiatische Wettbewerber drängen mit einer aggressiven Preis- und Produktpolitik auf den deutschen und europäischen Markt, der bislang von deutschen Qualitätsanbietern dominiert wurde. Bei hohem Preisdruck und ähnlichen Qualitätsstandards auf Produktebene macht die Marke zunehmend den Unterschied im Wettbewerb.

## **Hier setzt der Workshop an:**

Mit dem Workshop *Aufbau und Führung von Marken in der Werkzeugindustrie* beleuchten wir die Frage, wie Marken in diesem schwierigen Marktumfeld strategisch aufgebaut und erfolgreich geführt werden können. Unter der Moderation von Johannes Pauen lernen Sie die wichtigsten Bausteine eines Markenprozesses kennen.

## **Zielgruppen:**

Entscheider in der Geschäftsführung und Marketing

## **Workshopinhalte:**

- Der Markt der deutschen Werkzeugindustrie aus Markensicht
- Welchen Wert haben Marken für das Geschäft?
- Was verbirgt sich hinter einer Positionierung aus Markensicht?
- Einmarken- oder Mehrmarkenstrategie – welchen Kriterien folgt die richtige Markenarchitektur?
- Von der Strategie zur Gestaltung - wie hängen Markenstrategie und Branding zusammen?
- Wie kommt die Markenstrategie in die Kommunikation?
- Warum ist die Implementierung von Marken im Unternehmen so wichtig?
- Wie lässt sich der Erfolg von Markenarbeit kontrollieren und für die Geschäftsführung nutzen?

Der Workshop verbindet strategische Einblicke mit praktischen Hilfestellungen.

Zusammen mit Ihrer Anmeldung können Sie Themenvorschläge, Fragen und Anregungen zur inhaltlichen Schwerpunktsetzung des Workshops geben. Der Workshop ist als Auftakt einer Veranstaltungsreihe zum Thema Marke zu sehen. Der nächste Termin ist am 9.2.2011 von 10:30 – 15:00 Uhr geplant. Ihre Anregungen und die Workshopergebnisse dienen als Grundlage für die thematische Ausgestaltung der Veranstaltung im Februar.

## **Der Moderator:**

Johannes Pauen ist geschäftsführender Gesellschafter der Markenagentur kleiner und bold ([www.kleinerundbold.com](http://www.kleinerundbold.com)). Mit seinem 25-köpfigen Team hat sich Pauen auf Aufbau und Führung von Marken international orientierter Mittelständler spezialisiert. Seine Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Markenstrategie, Markenimplementierung und Markenkommunikation im Raum. Er ist Mitglied im Deutschen Designer Club und als Autor und Referent zum Thema Markenführung regelmäßig in der Fachöffentlichkeit präsent. Sein Credo: Marken schaffen Mehrwert.



**FWI-Workshop „Kundenorientierung als Waffe gegen die Krise“**  
mit Haiko Schlund  
**17./18.9.2009, 4./5.2.2010, 6./7.5.2010, 2./3.9.2010, 23./24.9.2010**

In der heutigen Zeit wandeln sich Märkte in rasanter Geschwindigkeit. Marktanteile werden jetzt und nicht in Boomzeiten neu verteilt. Das nächste Preis-/ Konditionsgespräch kommt bestimmt und die Kundenansprüche werden dabei immer größer. Erfolgreich und stärker geht derjenige hervor, der kundenorientiert und besser ist als alle anderen.

### **Hier setzt der Workshop an:**

Der Workshop vermittelt dem Verkäufer das praktische Handwerkzeug, um in Gesprächen und in Verhandlungen durch kundenbezogene Argumentations- und Überzeugungstechniken sowie durch seine professionelle verkäuferische Persönlichkeit erfolgreiche Kaufentscheidungen herbeizuführen.

### **Zielgruppe:**

Verkaufsleiter, Verkaufs-Aussendienstler, Profiverkäufer und Geschäftsführer.

### **Seminarinhalte:**

- Gespräche und Verhandlungen am Telefon und „Aug in Aug“.
- 90 % des Erfolgs steckt in der Vorbereitung.
- Einstieg und Argumentationsaufbau für die unterschiedlichen Gesprächs- und Verhandlungssituationen (bei Interessenten, Neukunden, Altkunden, Wiederbesuch).
- Mentale Stärke, wie Mut, Selbstwert und Augenhöhe.
- Das Gespräch führen, ohne zu dominieren.
- Grenzen und Möglichkeiten der Beeinflussung durch verbale und nonverbale Kommunikation.
- Die richtige Mischung von Hinhören und Senden.
- Wer fragt, der führt und lenkt das Gespräch in die gewünschte Richtung.
- Die feinen Instrumente des Gespräches, um Motive, Nutzen, Lösungen, Ergebnisse aufzubereiten und kundenorientiert zu entwickeln.
- Wie stelle ich den Kundennutzen in den Vordergrund?
- Wie erkenne ich Kaufsignale und nutze sie gezielt für den Abschluss?

Entsprechend den Wünschen und Forderungen der Verantwortlichen und der Teilnehmer werden die Trainingsinhalte selektiert, gewichtet und ergänzt.



**Workshop „Die Internationale Eisenwarenmesse: Ein Prozeß kein Ereignis!“ Potential und Nutzen steigern, Werbemittel richtig einsetzen.  
18.11.2009**



**FWI-Arbeitskreis „Arbeitsbedingungen in der Werkzeugindustrie weltweit“  
25.2.2009, 14.5.2009, 29.9.2009**

FWI-Mitglieder tauschen sich aus über z. T. völlig unzulängliche Produktionsbedingungen in Werkzeugfabriken außerhalb Europas. Unter Leitung des Journalisten Jörg Stimpfig werden die Ergebnisse recherchiert, aufbereitet und für die weitere Öffentlichkeitsarbeit vorbereitet.



**Intensiv-Workshop „Suchmaschinenmarketing“  
12.11.2008**

Im Rahmen des halbtägigen Intensiv-Workshops Suchmaschinenmarketing zeigte Andreas Duscha praxisnah und detailliert Aspekte des Suchmaschinenmarketings auf und erläuterte anhand konkreter Beispiele der Teilnehmer-Websites, welche Faktoren der Website-Gestaltung Einfluss auf die Platzierung in Suchmaschinen ausüben können.

Nach einer kurzen Einordnung der Kernaspekte des Suchmaschinenmarketings in den Marketingkontext erhielten die Teilnehmer praktische Hilfestellungen zu Themen wie die Identifikation der relevanten Suchmaschinen, Einfluß und Optimierungsmöglichkeiten der eigenen Website-Inhalte, versteckte Informationen für Suchmaschinen in PDF-Dokumenten und vieles mehr.



**Praxis einer zielsicheren Unternehmenssteuerung mit Frühindikatoren**

Workshops, Unternehmensvisite und Erfahrungsaustausch beim FWI:  
**4.12.2007, 29.1.2008, 22.4.2008, 27.5.2008**



### **FWI-Workshopreihe „Frühindikatoren zur erfolgreichen strategischen Unternehmenssteuerung“**

2005/06 hat der Fachverband Werkzeugindustrie gemeinsam mit der *Initiative Qualitätssicherung NRW e. V.*, Dortmund (IQS) eine Workshopreihe zum Thema „*Frühindikatoren zur erfolgreichen strategischen Unternehmenssteuerung*“ veranstaltet. Fünf Unternehmen haben so Instrumente der Früherkennung kennengelernt, sie an Praxisbeispielen und mit der eigenen Unternehmens-Philosophie und -Strategie in Beziehung gesetzt sowie aus dem Erarbeiteten Schlüsse für die künftige Unternehmenssteuerung gezogen.