

BRAND ROAD

BRAND ROAD 2010

WIE INNOVATIVE TRENDS ZU STARKEN MARKEN WERDEN.

TRENDFORSCHUNG

MARKETMINING

MODELLING

KAMPAGNENTRACKING

WERBEMITTELOPTIMIERUNG

Sehr geehrte Damen und Herren,

seien Sie dabei, wenn führende Unternehmen Ihres Fachs erstmals anhand eines gemeinsamen Use Case (Deutsche Post, Handyporto) darstellen, wie auch Sie den Wert Ihrer Marken optimieren können. TrendONE, intanges, MediaAnalyzer, Büro für Markenentwicklung, MPG und nurago präsentieren Ihnen die faszinierenden Möglichkeiten der state of the art Marketingtools.

Die BRAND ROAD besteht aus vier sogenannten FUTURE LABS. In kleinen Teilnehmergruppen werden die jeweiligen Themen am Beispiel des Use Case diskutiert. Parallel zu den FUTURE LABS stehen Ihnen auch unsere Experten zum Networking und Ideenaustausch zur Verfügung.

Wenn auch Sie wissen möchten, wie innovative Trends zu starken Marken werden, laden wir Sie herzlich zur BRAND ROAD 2010 ein. Treffen Sie am 11. März 2010 im Post Tower in Bonn Experten aus verschiedenen Branchen und erleben Sie hautnah, welche neuen Verfahren zur Stärkung Ihrer Marke eingesetzt werden können.

Selbstverständlich wird auf der BRAND ROAD 2010 auch für das leibliche Wohl gesorgt. Zum Ausklang des spannenden Tages laden wir alle Teilnehmer zu einer Abendveranstaltung mit vielen interessanten Gästen aus dem Bereich Marketing ein.

Wir freuen uns auf Sie!

Ihr BRAND ROAD 2010-Team

BRAND ROAD 2010
WIE INNOVATIVE TRENDS ZU STARKEN MARKEN WERDEN.
TRENDFORSCHUNG | MARKETMINING | MODELLING | KAMPAGNENTRACKING | WERBEMITTELOPTIMIERUNG

REFERENTEN

intanges

FUTURE LAB: Passt mein Produkt zur Markt- & Wettbewerbssituation?

intanges bietet ein einzigartiges Interview-Verfahren für Marketingexperten, Marktforscher und Unternehmensberater. Das Verfahren schlägt die Brücke zwischen der Systematik klassischer Fragebögen und der Individualität persönlicher Interviews. Durch moderne Softwaretechnik kann intanges beliebig viele Personen effizient und individuell interviewen und die Ergebnisse zu einem Gesamtbild der Gruppe verdichten.

MPG

Leading new thinking.

FUTURE LAB: Welche Marketingaktivitäten leisten welchen Beitrag zu meinen Kommunikationszielen?

MPG ist die Full-Service Mediaagentur im globalen Netzwerk der HAVAS. Wir liefern unseren Kunden maßgeschneiderte Kommunikationslösungen, die nachweislich effizient und effektiv auf ihre Kommunikationsziele einzahlen. Laut dem unabhängigen Institut RECMA hatte MPG in 2009 das stärkste Wachstum aller Netzwerk-Mediaagenturen in Deutschland. Dieser Erfolg ist Ausdruck der Leistungsfähigkeit der Agentur und der hohen Qualität in Beratung, Planung und Einkauf.

nurago

applied research technologies

FUTURE LAB: Wie wirken verschiedene Maßnahmen von Online-Kommunikation?

nurago zählt zu den weltweit innovativsten Anbietern von Technologien für die digitale Marken-, Media- und Usability-Forschung. Durch die ausgefeilte Kombination aus neuartigen Messverfahren und klassischen Forschungsmethoden setzt nurago Marktstandards und ermöglicht besonders effiziente und valide Erfolgskontrollen Ihrer Aktivitäten in digitalen Medien. nurago ist Mitbegründer der USYS Nutzenforschung.



Büro für
Markenentwicklung
HAMBURG

FUTURE LAB: Wie stelle ich fest, ob ein Trend zu meiner Marke passt?

Die Programme und Methoden des Büro für Markenentwicklung basieren auf Erkenntnissen der Markentechnik, Markensoziologie und Sozialpsychologie. Die Integration von Trends in eine Marke bietet starke Wachstumspotentiale. Manchmal ist es jedoch sinnvoll, Trends gezielt zu ignorieren. Mit dem „Erfolgsprofil der Marke“ liegt ein Programm vor mit welchem Markenmanager Trends auf ihre Vereinbarkeit mit dem gewachsenen Markensystem kontrollieren können.

MediaAnalyzer

FUTURE LAB: Erreiche ich mit dem Werbemittel das gewünschte Kommunikationsziel?

MediaAnalyzer gilt mit den innovativen Verfahren AttentionTracking™ und EmotionTracking als eines der führenden Marktforschungsinstitute für internet-gestützte Werbewirkungstests. Im FutureLab werden wir anhand beispielhafter Werbemittel des Use Case eine Werbewirkungsanalyse durchführen und Optimierungen erarbeiten. Unsere Tests und Empfehlungen helfen den Kampagnenerfolg und damit die Investitionen in Werbung und Marketing verlässlich abzusichern.

trendne

NILS MÖLLER COMMUNICATIONS

FUTURE LAB: Liege ich im Trend?

TrendONE scannt mit 80 Trendscouts weltweit über 1500 Innovationen monatlich in den Bereichen Marketing, Media und Technologie. Kernkompetenz sind die Themen Digital Future, Media Technology, Future Entertainment und Future Commerce. Aktuell arbeitet TrendONE an den Schlüsselrends Outernet (die Explosion der digitalen Medien in die reale Welt), MARE (Multiuser Augmented Reality Entertainment) und Print Plus (ein Zukunftsbild für die Print-industrie).

HANDYPORTO

HANDYPORTO ist ein innovativer Service der Deutschen Post, mit dem Standardbriefe und Postkarten ganz flexibel auch ohne Marke frankiert werden können. Alles, was man braucht, ist ein Handy und

ein Stift: HANDYPORTO anfordern, aufschreiben, fertig! Mit HANDYPORTO, kann das Porto ganz einfach per SMS bezahlt und spontan Briefe und Postkarten verschickt werden: ganz egal, wo man ist oder wie spät es ist.

ROUTEN-PLAN



- | | |
|---|---|
| A 11.00 UHR, GET TOGETHER | F 14.15 - 15.15 UHR, FUTURE LAB 2 |
| B 11.15 - 11.45 UHR, VORSTELLUNG DES USE CASE HANDYPORTO | G 15.15 - 16.15 UHR, FUTURE LAB 3 |
| C 11.45 - 12.15 UHR, ERÖFFNUNG | H 16.15 - 16.30 UHR, KAFFEETAUSE |
| D 12.15 - 13.15 UHR, FUTURE LAB 1 | I 16.30 - 17.30 UHR, FUTURE LAB 4 |
| E 13.15 - 14.15 UHR, MITTAGSPAUSE | J 17.30 - 18.00 UHR, CONCLUSION |
| | K AB 18.00 UHR, ABENDVERANSTALTUNG |

ANMELDUNG

Für die Anmeldung wenden Sie sich bitte per Mail an Frau Knacke von TrendONE in Hamburg.
Sie wird Ihre Anmeldung entgegennehmen und sich mit Ihnen telefonisch in Verbindung setzen.

Kontaktdaten für die Anmeldung:

Frau Claudia Knacke, TrendONE Hamburg

knacke@trendone.de, Tel: 040 / 238 038 33

Die Teilnahmegebühr beträgt 795 EURO zzgl. MwSt. pro Person und ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Anmeldebestätigung zu überweisen. In der Teilnahmegebühr ist die Teilnahme an der Abendveranstaltung enthalten.

Wir freuen uns auf Sie,

Ihr BRAND ROAD 2010-Team



BRAND ROAD 2010
WIE INNOVATIVE TRENDS ZU STARKEN MARKEN WERDEN.
TRENDFORSCHUNG | MARKETMINING | MODELLING | KAMPAGNENTRACKING | WERBEMITTELOPTIMIERUNG