




Checkliste

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> bestehendes Marken-Material gesammelt? | <input type="checkbox"/> Ist sämtliches Material (digital & physisch) vorhanden? | <input type="checkbox"/> <i>optionale</i> Energizer geplant? |
| <input type="checkbox"/> Rollen verteilt: wer moderiert, wer macht Notizen? | <input type="checkbox"/> Raum & Verpflegung? | |
| <input type="checkbox"/> Sind alle eingeladen? | <input type="checkbox"/> Sind ausreichend Klebezettel & Marker vorhanden? | |

Agenda

| DAUER | INHALT | ZIEL | MATERIAL |
|--------|--|--|--|
| 30 min | <ul style="list-style-type: none"> Vorstellungsrunde Einführung digitale Marken | Die Teilnehmer verstehen das Potential von Marken im digitalen Raum |  Präsentation Potential digitaler Marken  <i>optional</i> : Energizer für Vorstellungen |
| 60 min | <ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit Marken-Ökosystem Potentialbewertung | Erste Bestandsaufnahme des Marken-Ökosystems sowie einer Grob-Bewertung des Potentials |  Template für Marken-Ökosystem <i>als Plot oder am Whiteboard</i>   ggfs. Marken-Material |
| 15 min | <i>Kaffeepause</i> | | |
| 60 min | <ul style="list-style-type: none"> Vorstellung Erlebnis-Merkmale Gruppenarbeit Markenerlebnis | Teilnehmer gewinnen ein besseres Verständnis für die Umsetzung von Markenwerten |  Template für Marken-Erlebnis <i>als Plot oder am Whiteboard</i>  |
| 45 min | <ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit Marken-Analogien: heute / morgen | Spielerische Umsetzung einer ersten Vision für die Marke „morgen“ |  Dokumentation am Whiteboard |
| 60 min | <i>Mittagspause</i> | | |
| 60 min | <ul style="list-style-type: none"> Vorstellung Journey-Arbeit Gruppenarbeit: Customer Journey Status Quo | Die Teilnehmer entwickeln strategische Kundenerlebnisse auf Basis der Markenvision |  Template Customer Journey <i>als Plot oder am Whiteboard</i>  |
| 30 min | <ul style="list-style-type: none"> Energizer | Die Teilnehmer werden für die zweite Hälfte des Workshops motiviert. |  Unter https://tinyurl.com/wsm-energizer finden Sie Vorschläge für Workshop-Energizer |

Agenda

| DAUER | INHALT | ZIEL | MATERIAL |
|--------|---|---|---|
| 45 min | <ul style="list-style-type: none">Gruppenarbeit: perfektes Markenerlebnis | Gemeinsame Entwicklung einer konkreten Vision für zukünftige Markenerlebnisse |  Template für Markenerlebnis als Plot oder am Whiteboard |
| 15 min | <i>Kaffeepause</i> | | |
| 60 min | <ul style="list-style-type: none">Bewertung MarkenerlebnisseDiskussion & Priorisierung Maßnahmen | Aus den erarbeiteten Visionen werden konkrete Maßnahmen priorisiert und abgeleitet. |  Dokumentation am Whiteboard |
| 30 min | <ul style="list-style-type: none">ZusammenfassungFeedbackrunde | Die Teilnehmer diskutieren nächste Schritte & geben Feedback zum Format |  Dokumentation am Whiteboard |

Unter <https://www.workshopmacher.de/produkte/workshops-digitale-marke> finden Sie viele der genannten Templates zum Download.

Notizen
