



WIE FÜHRUNGSKRÄFTE ZU MARKENBOTSCHAFTERN WERDEN

Leadership Branding, die Etablierung einer markenspezifischen Führungshaltung, hilft Unternehmen dabei, ihre Marke zu stärken. Wie das geht, beantwortet das Seminar „Expert on Leadership Branding“ am 8./9. Dezember 2009 und 2./3. Februar 2010 in Berlin.

Schaut man sich die Programme für Führungskräfteentwicklung an, so könnte man meinen, dass Führung überall nach dem gleichen Schema funktioniert. Dabei braucht jedes Unternehmen seine eigene Führung, steht jede Führungsspitze vor anderen Herausforderungen. Der Erfolg einer Marke hängt ganz wesentlich vom Führungsteam ab. Führungskräfte müssen sich ihrer herausragenden Rolle für den Markenerfolg bewusst sein, wissen, wofür sie stehen und die Fähigkeit besitzen, diese Haltung vor Kunden, Mitarbeitern, Bewerbern, Investoren und der Öffentlichkeit glaubhaft zu verkörpern. Führungskräfte müssen Repräsentanten der Marke sein. Logischerweise muss Führungskräfteentwicklung markenspezifisch erfolgen. Zudem sind neben den gängigen Führungsskills heute ganz andere Kompetenzen gefragt, z. B. Werte vermitteln, Begeisterung entfachen, ein Markenerlebnis schaffen. An der Führung zeigt sich, ob Markenversprechen leere Hüllen sind oder ob sie tatsächlich gelebt werden. Mehr denn je sind Führungskräfte gefragt, die wissen, welche Versprechen es zu halten gilt, die Orientierung geben und eine klare Haltung haben. Eine Haltung, die glaubwürdig zum Unternehmen passt, die positiv auf die Marke einwirkt und diese stärkt. Leadership Branding, die Etablierung einer markenspezifischen Führungshaltung, hilft Unternehmen dabei, eine klare Linie in die Führung zu bringen und das Markenimage positiv zu stärken. Wie lassen sich Vorstände und andere Top-Manager auf die Marke einschwören? Welche Rolle sollten sie bei der Entwicklung einer Markenpositionierung spielen? Welche Fähigkeiten brauchen Führungskräfte, um in ihren Mitarbeitern den Stolz auf die Marke zu wecken und sie als Mitglied einer Marken-Community empfinden zu lassen?

ERSTE LEADERSHIP BRANDING FORTBILDUNG IN DEUTSCHLAND

Antworten liefert das erste Leadership Branding Seminar in Deutschland, das die LEA School of Leadership am 8./9. Dezember 2009 und 2./3. Februar 2010 in Berlin veranstaltet: „Expert on Leadership Branding“, können sich die Teilnehmer nach der Fortbildung nennen, die von Dipl.-Psych. Christina Grubendorfer, Dipl.-Psych. Nadine Drietchen und Dipl.-Medienwissenschaftler Holger Schmitz geleitet wird. Fallbeispiele, Übungen, Reflektion, kollegiale Beratung, Expertengespräche wechseln sich ab mit Impulsreferaten und Gruppendiskussionen. Seminar-PDF zum Download: www.leadership-branding.de/news.html.

LEA Leadership Equity Association GmbH
Kurfürstendamm 190-192
10707 Berlin

welcome@leadership-branding.de
<http://www.leadership-branding.de>

Fon +49.0.30.700 159 630
Fax +49.0.30.700 159 510

Pressekontakt: Christina Grubendorfer

MARKE ZUM LEBEN ERWECKEN

LEA Leadership Equity Association ist ein interdisziplinäres Team aus Markenstrategen, Kommunikationsexperten, Organisationsentwicklern und Wirtschaftspsychologen, die sich zur Aufgabe gemacht haben, Markenpositionierungen zum Leben zu erwecken. LEA möchte Führungskräfte zu Markenrepräsentanten und Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen. LEA steigert Markenerfolg, indem Führungs- und Organisationsentwicklung an der Marke ausgerichtet werden. LEA steht für einen eigens entwickelten Beratungsansatz, die systemisch-markenorientierte Beratung.