

brand experience lab

Strategie- und Workshop-Module



Steilpass
the brand experience consultants



INSPIRIERENDES AUS DEM BRAND EXPERIENCE LAB.
FÜR MEHR MUT UND HERZ IN IHRER KOMMUNIKATION!

Spezialists

LIEBE MICH! vs. KAUFEN MICH!

„Was das Herz nicht mag, lässt der Verstand nicht rein.“

Der „homo oeconomicus“, der rein rational handelnde Mensch, ist eine Mär. Herzen kaufen, und nicht Köpfe.

Steilpass – the brand experience consultants – ist auf inspirative Markenkommunikation spezialisiert. Steilpass entwickelt Positionierungen und Kommunikationsstrategien, die ins Herz gehen. Inspirative Markenkommunikation bereitet die Bühne, auf der der Vertrieb glänzen kann.

„Liebe mich!“ anstelle von „Kaufe mich!“. Das ist die Essenz inspirativer Markenberatung. Wer so agiert, muss verstehen, wie Menschen „ticken“ und Verbraucher entscheiden.

Seit 2003 entwickelt, forscht, testet, liest, probiert, verwirft und optimiert Steilpass mit seinem Brand Experience Lab permanent Methoden und Prozesse, um packende und emotionale Markenkommunikation zu erschaffen. Auf der Grundlage verhaltensökonomischer Erkenntnisse ist so über 15 Jahre der Marken-Strategieprozess EMOTION – WERT – WEG entstanden.

♥ EMOTION

Die Kernaussage der Marke und die Erschaffung einer eigenen und unverwechselbaren Markenpersönlichkeit.

€ WERT

Preisstrategische Grundlagen und Überlegungen zur Positionierung der Produkte sowie Erkenntnisse über Preisbildungsprozesse und -wahrnehmung.

🕒 WEG

Grundlagen, Strategien und Strukturen für einen erfolgreichen Vertrieb sowie Erkenntnisse über optimale Vernetzung von Vertrieb und Marketing.

Mit einer Serie von Strategie- und Workshop-Modulen machen wir menschliche Entscheidungsprozesse erlebbar und schaffen ein tiefgreifendes Verständnis dafür, wie Marken funktionieren und Kunden entscheiden.

Die Module aus dem Brand Experience Lab schaffen Grundlagen und Verständnis, leiten an und inspirieren, und schärfen den Blick und die Wahrnehmung für erfolgreiche Markenkommunikation.

Lassen Sie sich inspirieren zu mehr Mut und Herz in Ihrer Kommunikation!

Jens
Leonhäuser



Erkennen
Entscheiden
Erleben



INTENSIVWORKSHOP VERHALTENSÖKONOMIK

In diesem intensiven Workshop erleben Sie verhaltensökonomische Erkenntnisse in einem interaktiven Format. Der Workshop für Entscheider und Führungskräfte entführt Sie in die komplexe Gedankenwelt Ihrer Kunden, Partner und Mitarbeiter. Die Erkenntnisse bilden essenzielle Grundlagen für tägliches Handeln und Entscheiden – egal ob im Marketing, Vertrieb oder Human Ressource.

Wie wirkt Priming und wie kann Ihr Vertrieb von diesen Erkenntnissen profitieren? Welche Gefahren lauern im Bestätigungsfehler und warum hindert er Ihr Unternehmen, erfolgreicher und innovativer zu sein? Was bedeuten verlust- und risikoaverses Verhalten für den Erfolg Ihres Unternehmens? Was können Sie von der Spieltheorie lernen und was bedeuten diese Erkenntnisse für Ihren Markt? Mit welchen Methoden können Sie den Bestätigungsfehler ausschalten und Risiken minimieren?

Der Workshop behandelt die wichtigsten verhaltensökonomischen Erkenntnisse und eröffnet Führungskräften und Mitarbeitern neue Perspektiven und Horizonte.

INHALTE UND METHODEN

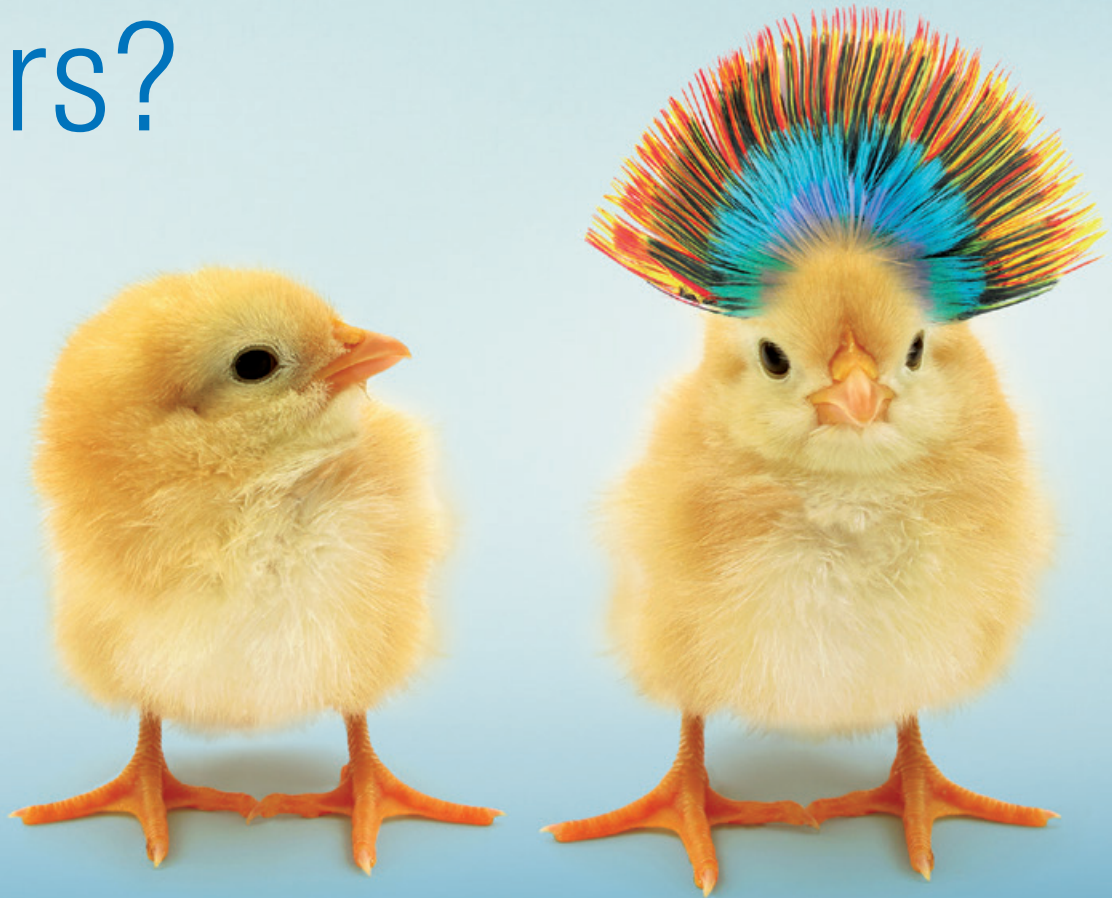
- Verhaltensökonomische Grundlagen und verblüffende Experimente
- ERKENNEN – warum wir denken, was wir denken
- ENTSCHEIDEN – warum wir kaufen, was wir kaufen
- ERLEBEN – warum wir erleben, was wir erleben

UMFANG

- Vorab Fragenkatalog zu Ihrer Marke
- Individuelles Workshop Design mit Schwerpunktsetzung
- 3 – 4 Stunden Intensivworkshop (gerne auch in kreativer Umgebung)
- Bis zu 20 Teilnehmer
- Follow-up Call 6 Monate nach der Veranstaltung
- Optional: Strategiepapier mit ersten Ideen und konkreten Handlungsempfehlungen

WIE WIR TICKEN!
WIE WIR HANDELN!

Sind Sie
anders?



INTENSIVWORKSHOP DIFFERENZIERUNG

In einem eintägigen Workshop erarbeiten wir gemeinsam mit Ihnen die Grundlagen für einen unverwechselbaren Markenauftritt.

Ausgangspunkt der Beratung ist der von Steilpass entwickelte Brand Position Sampler. Damit machen wir Ihre Markenpositionierung im Workshop sicht- und erlebbar. Aus über 120 Attributen, entwickelt aus der Beratungspraxis und basierend auf modernsten Erkenntnissen der Psychologie und Hirnforschung, gestalten wir in einem interaktiven Prozess eine hoch individuelle, nachvollziehbare und einzigartige Genetik für Ihre Marke.

Ihre Marke auf den Punkt gebracht – als Ausgangspunkt für die weitere Strategieentwicklung.

INHALTE UND METHODEN

- Markengrundlagen
- Markenvision
- Markenemotionsräume
- Resonanzfeldanalyse
- Brand Position Sampling (Differenzierung)

UMFANG

- Vorab Fragenkatalog zu Ihrer Marke
- Individuelles Workshop Design
- 6 – 8 Stunden Intensivworkshop mit 2 Beratern (gerne auch in kreativer Umgebung)
- Bis zu 8 Teilnehmer
- Umfassendes Ergebnisprotokoll
- Follow-up Call 6 Monate nach der Veranstaltung
- Optional: Strategiepapier mit ersten Ideen und konkreten Handlungsempfehlungen

WIR MACHEN SIE ANDERS!

Begeistern Sie schon
oder verkaufen Sie noch?



INTENSIVWORKSHOP VERTRIEBSSTRATEGIE

Herzen kaufen, und nicht Köpfe! Welche Strategien haben Sie, um Ihre Kunden zu begeistern?

Im Intensivworkshop Vertriebsstrategie erfahren Sie, wie Synergien aus Marketing und Vertrieb hergestellt werden und wie Sie mit einer innovativen Vertriebsstruktur neue Potenziale erschließen. Dabei erleben Sie nicht nur verhaltensökonomische Grundlagen für die richtige Verhandlungsstrategie, sondern erlernen gleichzeitig Prozesse und Methoden zum Aufbau des richtigen Sales Funnels.

Steige ich mit einem hohen oder niedrigen Preis in die Verhandlungen ein? Welche Käufertypen gibt es und was bedeutet das für meine Vertriebsstrategie? Wie werden meine Preise wahrgenommen und wie kann ich die Wertwahrnehmung meiner Produkte erhöhen? In welchem Markt bewege ich mich und was bedeutet dies für die Vertriebs- und Preisstrategie meiner Produkte?

Vertrieb hat viele Gesichter. Deshalb analysieren wir im Vorfeld gemeinsam mit Ihnen, welche Workshop Schwerpunkte optimal auf Ihre Bedürfnisse passen und erstellen auf Wunsch Ihre individuelle Strategie.

INHALTE UND METHODEN

- Grundlagen der Kommunikation
- Verkaufspsychologie
- Aufbau einer effizienten Vertriebsstruktur
- Vertriebsentwicklung
- Digitale Lösungen für Vertriebspipelines

UMFANG

- Individuelles Workshop Design
- 3 – 4 Stunden Intensivworkshop (gerne auch in kreativer Umgebung)
- Bis zu 12 Teilnehmer
- Follow-up Call 6 Monate nach der Veranstaltung
- Optional: Strategiepapier mit ersten Ideen und konkreten Handlungsempfehlungen

EMOTIONEN VERKAUFEN!



Die Macht
der Preise!

INTENSIVWORKSHOP PREISSTRATEGIE

Preise sind relativ. Im Intensivworkshop Preisstrategie erleben Sie auf Grundlage verhaltensökonomischer Erkenntnisse, wie Preisvorstellungen im Kopf entstehen und welche Faktoren die Preiswahrnehmung verändern. Welche Preisstrategie ist für Ihr Unternehmen /Produkt die richtige? Wie hängen Produkt, Preis und Vertrieb miteinander zusammen?

Steige ich mit einem hohen oder niedrigen Preis in die Verhandlungen ein? Welche Käufertypen gibt es und was bedeutet das für meine Preisstrategie? Wie werden meine Preise wahrgenommen und wie kann ich die Wertwahrnehmung meiner Produkte erhöhen? Wie kann ich mit multioptionalen Preisstrategien meinen Gewinn steigern und welche Rolle spielt Dynamic Pricing für meinen Markt?

Der Workshop Preisstrategie ist speziell für Führungskräfte und Entscheider der Freizeit-, Sport- und Unterhaltungsbranche entwickelt worden. Der Fokus des Workshops liegt auf High Involvement Produkten und der Gestaltung optimaler Hochpreisstrategien. Auf Wunsch optimieren wir auf Grundlage der erarbeiteten Erkenntnisse Ihre individuelle Preisstrategie.

INHALTE UND METHODEN

- Grundlagen der Verhaltensökonomik
- Preispsychologie (Behavioral Pricing)
- Preisbildung und Preiserhöhung
- Preisstrategien

UMFANG

- Individuelles Workshop Design
- 3 – 4 Stunden Intensivworkshop (gerne auch in kreativer Umgebung)
- Bis zu 12 Teilnehmer
- Follow-up Call 6 Monate nach der Veranstaltung
- Optional: Strategiepapier mit ersten Ideen und konkreten Handlungsempfehlungen

PREISE SIND RELATIV!



CHANGE PROZESS ZUR REALISIERUNG VON VISIONEN UND STRATEGIEN

Kennen Sie folgende Phrasen? „Das funktioniert bei uns nicht!“ „Wir haben das schon immer so gemacht!“ „Der Kunde will das nicht!“

Solche und ähnliche Argumente sind die klassischen Killer für Innovationen und Veränderung. Überbordende Bedenken oder Detailfragen an der falschen Stelle des Entwicklungsprozesses haben ganz ähnliche Effekte: Entwicklungspotenziale werden abgewürgt und das Erstarren in alten Strukturen gefördert.

Um aus Visionen werthaltige neue Geschäftsfelder erwachsen zu lassen, sind deshalb Überzeugungsarbeit und das Entfachen von Begeisterung genauso essenziell, wie die kreative Idee oder das Konzept an sich. Führungskräfte, Mitarbeiter, Kooperationspartner oder Investoren müssen methodisch mitgenommen, ein freies Blickfeld auf zukünftige Potenziale erst erarbeitet werden. Dies geschieht nicht (nur) über Fakten und Argumente, sondern in erster Linie über das Bewusstmachen und die Entwicklung der positiven Haltung, mit der Bedenken, Widerstände und Verlustängste überwunden werden können. Denn was das Herz nicht mag, lässt der Verstand nicht rein!

Auf 3 Ebenen begleiten wir mit methodischen Mitteln Ihren Veränderungsprozess:

ERKENNTNISEBENE:

Störfaktoren bewusst machen

(was verhindert Veränderungsprozesse)

- Verlustaversion
- Risikoaversion
- Spieltheorie (Egosystem vs. Ökosystem Thinking)
- Endowment Effekt
- Bestätigungsfehler
- Selektive Wahrnehmung und Informationsverarbeitung

HALTUNGSEBENE:

Die richtige Einstellung schaffen

(mit welcher Haltung können Veränderungsprozesse gelingen)

- Offenes Herz
- Offener Wille
- Offener Verstand

HANDLUNGSEBENE:

Den Change Prozess steuern und in die Tat umsetzen (mit welchen konkreten Maßnahmen kann der Veränderungsprozess gelingen)

- Erarbeitung von Visionen
- Stakeholder Strategie
- Aufsetzen iterativer Prozessstruktur
- Business Case Berechnung etc.

„Change - von der Zukunft her denken“ beginnt idealerweise mit einem Workshopmodul (Tagesworkshop), um das erforderliche Bewusstsein und die Grundlagen für anstehende Veränderungsprozesse zu schaffen. Anhand grundlegender verhaltensökonomischer Erkenntnisse erfahren die Teilnehmer, warum sie möglicherweise vor Veränderungsprozessen zurückschrecken, warum Veränderung positiv zu sehen ist und wie sie als aktiver Teil von dem Prozess profitieren können. Die Erkenntnis- und Haltungsebenen werden geschärft und eine positive Ausgangssituation für beginnende Veränderungen geschaffen.

WIE AUS IDEEN GESCHÄFTSFELDER WERDEN!

Monetizing Emotions



KICK-OFF ENTWICKLUNGSPROZESS VEREINE & VERBÄNDE

Der Strategieworkshop Monetizing Emotions ist der Startpunkt eines strategischen Entwicklungsprozesses für Vereine, Ligen und Verbände, der Ihnen hilft, Ihre Produkte und Strategien auf ein neues Level zu heben.

Im Rahmen des Tagesworkshops werden die drei erfolgsrelevanten Bereiche EMOTION, WERT und WEG für Ihre Marke / Ihr Produkt analysiert und die Grundlagen für eine erfolgreichere Markenstrategie gelegt. Die Schwerpunktsetzung für den Workshop erfolgt nach intensiver Vorbereitung in Abstimmung mit Ihnen.

Abgeschlossen wird der Kick-off Prozess mit einem umfassenden Ergebnisprotokoll.

EMOTION: Produktstrategie

- Emotionale Differenzierung des Produkts über den Sport hinaus (Markenversprechen: Markenspreizung und Identifikation von Resonanzfeldern für die Kommunikation)
- Analyse der Markt- und Zielgruppenpotenziale: Welche Zielgruppen erreichen wir und welche potenziellen Zielgruppen erreichen wir bisher nicht und warum (Marktentwicklungspotenzial, Content Strategien)
- Mediastrategien (earned, owned, bought) und Medienkooperationen
- Venue Strategien zur Optimierung des Erlebnisses vor Ort (Markenerlebnis)

WERT: Preisstrategie

- Potenzialanalyse (Sponsoring, Hospitality, Licensing)
- Benchmark Vergleich
- Differenzierungsstrategien
- Multioptionale Pricing Strategien

WEG: Vertriebsstrategie

- Emotionale Selling Strategien: Wie emotional ist der Verkaufsprozess (Priming, Semantik, Ansprache unterschiedlicher emotionaler Konten)
- Bewertung Vertriebsdruck und Mengengerüst
- Softwaregestützte Prozessoptimierung

Der Strategieworkshop richtet sich an Entscheider und Gestalter aus Unternehmensführung, Vertrieb und Marketing. Die Dauer ist mit 6 – 8 Stunden angesetzt, der Teilnehmerkreis sollte 8 Personen nicht übersteigen.

**DER WEG ZUM
NÄCHSTEN LEVEL!**

„Je besser das Erlebnis, desto größer die Möglichkeiten“. Nach dieser Überzeugung steht Steilpass seit 2003 für emotionale Strategien und Markenkommunikation. Voraussetzung zur Umsetzung unserer Philosophie ist ein profundes Verständnis der Verhaltensökonomik und davon, wie Konsumenten erkennen, entscheiden und erleben.

Mit dem Brand Experience Lab bleiben wir am Puls der Zeit und lernen jeden Tag neu dazu. Das Lab ist unser Ansporn, innovativ zu bleiben, Dinge permanent zu hinterfragen, neu zu denken, weiterzuentwickeln und Ideen zu testen.

Für unsere Kunden schaffen wir spannende und inspirierende Formate, die Markenkommunikation völlig neu erlebbar und den Blick auf zukunftsweisende Arbeits- und Denkweisen frei machen.

Bleiben Sie mit uns neugierig.
Für mehr Herz und Mut in Ihrer Kommunikation!





WWW.BRAND-EXPERIENCE-LAB.COM



the brand experience consultants

KONTAKT

Jens Leonhäuser

Tel.: +49 711 46059 622

Fax: +49 711 46059 629

Mail: experience@steilpass.com

Hohnerstr. 23 • 70469 Stuttgart

WWW.STEILPASS.COM