

Emotional Branding 1 & 2 juillet 2010 Brandsome à Ismaning

Emotional Branding – engouement médiatique ou vraie signifiante pour la pratique? La construction des liaisons long-termes et émotionnelles avec des clients est vue comme le chemin idéal pour un succès durable d'une marque. Mais quelle influence possède une entreprise sur le développement d'une liaison émotionnelle de marque réussie? Et quel rôle jouent les caractéristiques individuelles des consommateurs comme des valeurs, des attirances personnelles et des effets de socialisation par rapport à la liaison avec une marque?

Au cadre de cette réunion de deux jours organisée par Eyes & Ears of Europe et Brandsome à Ismaning, les résultats de recherche récemment parus concernant la revalorisation émotionnelle des marques sont présentés. A la base de diverses études modèles les méthodes et les critères de succès d'un management émotionnel de marques sont élaborées. À l'aide des exemples pratiques est montré avec quels outils des marques sont positionnées et réévaluées de manière émotionnelle.

L'événement s'adresse en premier lieu aux collaborateurs des entreprises des médias et de la communication, des maisons de la (post) production, des studios de design, des agences de consultation, de marketing, de promotion et du dialogue, qui s'intéressent à ce thème. Les personnes avec intérêt général aux médias, les étudiants et les apprentis du secteur médiatique seront également les bienvenus. Le nombre des participants est limité à **16 personnes au maximum**.

Chargés de course

Hans Meier-Kortwig, Fondateur & Propriétaire de GMK Markenberatung, Cologne/Munich

Les activités principales de Hans Meier-Kortwig (39) sont les stratégies de marque intégrales ainsi que le développement des outils de conduite pour le guidage des marques. Après ses études à l'université de Cologne (Commerçant diplômé) et à la London Business School, Hans Meier-Kortwig a travaillé comme conseiller de marque en haut positions à la design.net AG et à la Marketing Partner AG à Wiesbaden. En 2006, il a fondé avec Ingo Gebhardt le GMK Markenberatung à Cologne et à Munich. En plus, il est auteur de nombreuses publications aux sujets des management de design et guidage des marques.

Dr. Saskia Diehl, Conseillère GMK Markenberatung, Cologne/Munich

Dr. Saskia Diehl (30) a passé sa thèse de doctorat avec Prof. Dr. Esch au sujet de 'Emotional Branding' et depuis quelques ans, elle travaille comme conseillère des marques pour de grandes entreprises nationales et internationales. Elle s'occupe surtout de la définition des stratégies de marque intégrales, de l'optimisation des portfolios des marques ainsi que du développement des outils pour le contrôle de communications. Elle a fait des recherches sur les mécanismes émotionnelles de guidage d'une marque à l'Institut für Marken- und Kommunikationsforschung et en 2009, elle a publié le livre 'Brand Attachment' aux éditions Gabler.

Dernier délai d'inscription: 25 juin 2010

Avez-vous des questions? Appelez-nous au numéro : **+49 (221) 60 60 57 10**

Jeudi, 1 juillet 2010

- 11.30 **Bienvenue**
Zeljko Karajica, Gérant Brandsome, Ismaning

Stephan Persdorf, Creative Director
Brandsome, Ismaning

Tillmann Stracke, Creative Director
Brandsome, Ismaning
Programme & Moderation
Wout Nierhoff,
Gérant membre du comité de direction
Eyes & Ears of Europe, Cologne
- 11.45 **Présentation des participants**
- 12.00 **Emotional Branding/Brand Attachment – Signifiante pour la pratique à part d'engouement médiatique? I**
- 13.30 Pause de midi
- 14.30 **Emotional Branding/Brand Attachment – Signifiante pour la pratique à part d'engouement médiatique? II**
- 15.45 Pause
- 16.00 **Guidage de marque de manière émotionnelle**
- 18.00 Discussion & Résumé
- 18.30 Fin de 1er jour de l'événement

Vendredi, 2 juillet 2010

- 09.00 Réunion
- 09.30 **Résumé de la veille**
- 10.00 **Stratégie d'Emotional Branding pour une chaîne de télévision**
- 10.30 **Session de travail I – Développement d'Image du monde & rôle d'une marque, modèle d'une marque**
- 13.00 Pause de midi
- 14.00 **Session de travail II – Développement des valeurs de marque & dérivation de domaines de profillement**
- 16.00 Présentation & Discussion des résultats
- 17.00 Discussion finale & Evaluation
- 17.30 Fin de l'événement

Conditions d'inscription

Pour votre inscription, veuillez nous renvoyer le formulaire ci-joint jusqu'au 26 juin 2010 à :

Eyes & Ears of Europe

Association pour le design, la promotion et le marketing des médias audiovisuels e.V.

Eyes & Ears Academy

Directeur
Wout Nierhoff
Management de projets
Ina Braun
Management d'études
Isabel Krischer
Assistance du projet
Dorothea Billig
Konrad Lohrmann
Services pour le marketing
Anna Schiffer

Bureau

Tel.: +49 (221) 60 60 57 10
Fax: +49 (221) 60 60 57 11
eMail: academy@eeofe.org
Internet: www.eeofe.org

Frais d'inscription

€ 250,- pour les membres d'Eyes & Ears; € 75,- pour les étudiants/stagiaires membres;

€ 1.000,- pour les non-membres; € 150,- pour les étudiants et les stagiaires non-membres. Les frais d'inscription doivent être réglés dans un délai d'une semaine après la réception de la facture et transférés par virement.

Les frais de logement et de restauration ne sont pas couverts par les frais d'inscription.

Eyes & Ears of Europe e.V.

Sparkasse KölnBonn

Code bancaire : 370 501 98

No. de compte : 101 308 2688

Votre inscription est obligatoire

Au cas où vous désirez annuler votre participation à l'événement après l'inscription, nous nous réservons le droit de prélever une taxe d'annulation. En cas d'annulation de votre inscription 8 jours avant l'événement, nous sommes contraints de retenir ou bien de vous demander le montant total. En tout cas, vous pouvez toujours nommer un(e) remplaçant(e). Cependant, ce(tte) remplaçant(e) seulement peut bénéficier des réductions s'il/si elle est membre lui/elle-même. **Eyes & Ears of Europe se réserve le droit de changer le programme.**

Accès

Avec le transport public

De l'aéroport

A l'aéroport Munich prenez au terminal 1 le tram S8 en direction Geltendorf. Descendez à la station Ismaning et prenez le bus N°231 en direction Studentenstadt et descendez à l'arrêt AGROB.

De la gare centrale de Munich

À la gare centrale prenez la ligne de tram S8 en direction Aéroport de Munich. Changez à la station 'Ismaning' dans le bus N°231 en direction 'Studentenstadt'. Descendez à l'arrêt 'AGROB'.

En voiture

Venant du Nord

Venant de A9 Nuremberg-Munich quittez l'autoroute à Garching-Süd/Ismaning, puis tournez à gauche via la B471 en direction de Ismaning/Feldkirchen. Au troisième feu rouge B471/Freisinger Str. tournez à droite en direction d'Ismaning/Munich, tout droit. Au deuxième feu rouge, Freisinger Str./Münchner Str. tournez à droite dans la Münchner Str. Puis suivez cette rue en direction d'Unterföhring. Le centre AGROB se situe environ 1km loin après la fin du village Ismaning sur la coté gauche.

Venant du Sud

Sur l'autoroute A99 jusqu'à la sortie Aschheim/Ismaning, puis à droite via la B471 en direction de Ismaning/Unterföhring. Au prochain feu rouge tournez à droite en direction d'Unterföhring, puis tout droit. Après le centre de cogénération, tournez à droite en direction de Unterföhring/Ismaning et après environ 200 mètres tournez droite en même direction. Au feu rouge, tournez à gauche en direction de links Ismaning. Le centre AGROB 1km loin après la fin du village Ismaning sur la coté droite.

Lieu

Brandsome
Münchener Strasse 101g
D-85737 Ismaning