

Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch



Nur wer Menschen und Marken liebt, kann Kunden und Mitarbeiter bewegen. Prof. Dr. Esch gilt als Markenpapst, er lebt Marke wie kein Zweiter. Seit 30 Jahren forscht und berät Prof. Esch zur Marke, zum Kundenverhalten, Strategie und zur Kommunikation. Er bringt Marken weiter und stiftet Nutzen für Kunden. Mit seiner Unternehmensberatung ESCH. The Brand Consultants berät er zahlreiche renommierte Firmen – von DAX-Unternehmen bis zu Hidden Champions und Weltmarktführer in unterschiedlichen Branchen. Seine Unternehmensberatung wurde mehrfach ausgezeichnet und zählt zu den Top Marketingberatungen Deutschlands. Prof. Esch ist zudem Direktor des Instituts für Marken- und Kommunikationsforschung der EBS Business School. Als Redner begeistert und überzeugt er mit Substanz, plastischen Beispielen und umsetzbaren Learnings.

„Walk your talk.“

Themen

> Wandel braucht Haltung

- Die Digitalisierung treibt den Wandel und wie Sie Ihre Chance nutzen können
- Was treibt uns an? Mission und Vision als Anker des Wandels
- Wie Sie Menschen Halt geben und zum Wandel bewegen

> Marken stark machen

- Wie Ihre Marke zum Sinnstifter wird und Menschen anzieht
- Wie Sie die Muster starker Marken erkennen und für Ihren Erfolg nutzen
- Wie Sie die wesentlichen Merkmale Ihrer Marke analysieren und in Herz und Hirn Ihrer Kunden platzieren

> Fokus Kunde

- Der Kunde zahlt Ihr Gehalt: Wie kundenorientiert ist Ihr Unternehmen wirklich?
- Wie Sie Kundenbedürfnisse erkennen und verstehen
- Wie Sie die Kundenreise wirksam gestalten und Ihren Kunden gewinnen
- Wie Sie Begeisterungspunkte schaffen und Ihre Kunden binden

> Wachsen mit System

- Wie Sie Ihre Wachstumsprozesse auf den Prüfstand stellen und das volle Potenzial analysieren
- Wie Sie ein fruchtbares Umfeld für Wachstum schaffen und die Kreativität Ihrer Mitarbeiter fördern
- Wie Sie die wirklichen Kundenbedürfnisse erkennen und bedienen

Zahlen, Daten & Fakten

Auszeichnungen:

- Beste Berater für Marketing 2014, 2015, 2017 laut brand eins Wissen und Statista
- Preis des Instituts für empirische Wirtschaftsforschung, 1991
- Herbert-Gross Autorenpreisträger des Deutschen Marketing-Verbandes, 1992
- Dr. Eduard-Martin-Preis der Universität des Saarlandes, Saarbrücken, 1993
- Best Textbook Award des Hochschulverbands für Betriebswirtschaftslehre für das Buch „Strategie und Technik der Markenführung“, 2004
- Ernennung zum Ehrenbotschafter des Saarlandes, 2004
- Best Paper Award 2005, ANZMAC Conference (Australian and New Zealand Marketing Academy)
- Georg-Bergler-Preis für Absatzwirtschaft der GfK und des Handelsblatt-Verlags, 2006
- Highly Recommended Paper, Journal of Product and Brand Management, 2008
- Best Paper Award, Transfer – Werbeforschung und Praxis, 2014

„Ich schätze Prof. Esch und seine große Expertise im Bereich Markenbildung sehr. Er ist ein visionärer Denker, wenn es darum geht, Marken Identität zu verleihen.“ **Markus Langes-Swarovski, Mitglied des Swarovski Executive Board Swarovski**

„Prof. Esch schafft es in seinem Meisterwerk zum Thema „Marke als Identität“, seine langjährige Erfahrung in der Akademie und in der konkreten Arbeit mit Unternehmen in einer sehr anwendungsorientierten Weise zu vermitteln, sodass sich jeder Unternehmenslenker in seiner Alltagsrealität darin wiederfindet.“

Thomas Buberl, CEO AXA

www.speakers-excellence.com

Engagement

Impulsvortrag
Interview / Business-Talk
Honorargruppe
Vortragssprachen



Standort



Marke & Medien



Identität – Das Rückgrat starker Marken
 ISBN: 978-3593505763
 39,95 €



Strategie und Technik der Markenführung
 ISBN: 978-3800648566
 49,80 €