

INSIGHT  
DRIVEN

# WORKSHOP PROGRAMM

Innovation | Line Extension | Brand Strategy/Positioning  
Relaunch | Premium Product | Private Label | 49 Plus

INSIGHT DRIVEN  
Brand Consulting & Communication GmbH





Wenn Sie mehr über unsere Workshops in Erfahrung bringen wollen oder einfach Fragen haben, nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf: 040 - 33 44 15 190 oder [melschoen@insightdriven.de](mailto:melschoen@insightdriven.de)

If you'd like to know more about our workshops or simply have questions, please contact us: 040 - 33 44 15 190 or [melschoen@insightdriven.de](mailto:melschoen@insightdriven.de)



Mel Schoen

Brand Strategy Consultant | Inhaber von Insight Driven Consulting

**Stationen:** Geschäftsführer u.a. bei McCann, FCB, TBWA – alles Hamburg und Michael Conrad & Leo Burnett, Frankfurt

**Erfahrung:** NIVEA, Bahlsen, Carlsberg, DAK, Kellogg's, Kraft, Mars, SC Johnson, Masterfoods, Procter & Gamble, Unilever, Reckitt und vieles mehr

**Autor:** «Consumer Insights – Love them & leverage them»

Wir sind eine langjährig tätige Marken- und Kommunikationsberatung in Hamburg, mit Schwerpunkt Positionierung, Strategie und Neuproduktentwicklung.

«Consumer-Insights» sind die Basis für unsere Arbeit und spielen eine zentrale Rolle in unseren Workshops.

Zu unseren Kunden gehören Unternehmen wie Beiersdorf, Bahlsen, Carlsberg und Melitta.

We are a highly experienced brand and communications consultancy in Hamburg, specialising in positioning, strategy and new product development.

As our name implies, «Consumer Insights» are the basis for our work and play an important role in our workshops too.

Our clients include well-known companies, such as Beiersdorf, Bahlsen, Carlsberg and Melitta.

Brand Strategy Consultant | Owner of Insight Driven Consulting

**Career:** General Manager at McCann, FCB, TBWA – all Hamburg and Michael Conrad & Leo Burnett in Frankfurt

**Experience:** NIVEA, Bahlsen, Carlsberg, DAK, Kellogg's, Kraft, Mars, SC Johnson, Masterfoods, Procter & Gamble, Unilever, Reckitt and many more

**Author:** «Consumer Insights – Love them & leverage them»

# WORKSHOPS THAT WORK



Workshops sind erfolgreich, wenn bestimmte Faktoren zusammen spielen: intensive Vorbereitung, ein durchdachter Prozess, die Zusammenstellung der richtigen Teilnehmer und eine inspirierende Atmosphäre.

Viele unserer Kunden beurteilen Insight Driven-Workshops als die besten, die sie erlebt haben. Sie schätzen die systematische Vorgehensweise, zugeschnitten auf jede Aufgabe, das Arbeitsklima und ganz besonders die Ergebnisse, zu denen unsere Workshops führen.

Unsere Unterstützung hört – wenn erwünscht – nicht mit dem Workshop auf. Wir bereiten die Ergebnisse für die nächsten Schritte vor, in Form von schlüssigen Konzepten, Strategien, Briefings, usw.

Workshops are a success when all the right factors come together: thorough preparation, a well thought-through process, the right group of people and ensuring everyone enjoys working together.

Many of our Clients claim that Insight Driven workshops are the best they've experienced. They value our systematic approach which is tailored to each individual project, the inspirational atmosphere and especially the results of the workshops themselves.

Our support continues after the workshop too: if required, we follow up on the results in the form of well-written concepts, strategies, briefs etc. in preparation for the next steps.

## WORKSHOP PROGRAMM

- 6|7 » Innovation
- 8|9 » Line Extension
- 10|11 » Brand Strategy/Positioning
- 12|13 » Relaunch
- 14|15 » Premium Product
- 16|17 » Private Label
- 18|19 » 49 Plus

## Innovation Workshops

Innovation is the lifeblood of successful companies. However, new products can establish themselves in a market only when they're relevant and differentiated – me-too's are rarely a success.

Insight Driven Innovation Workshops combine consumer insights with our own «Spark Session» methodology. This ensures a wide range of new ideas is developed, ideas that are truly relevant and motivating for the Target Group.

Innovation workshops typically last about 1 ½ days

Usually, a little pre-work for the participants is required. This has the added advantage of ensuring that everyone starts thinking about the topic at hand, before the workshop starts.

## Innovation Workshops

Erfolgreiche Unternehmen leben von Innovationen. Innovationen setzen sich im Markt aber nur durch, wenn sie relevant sind und klar differenzieren, nicht als Me-too's wahrgenommen werden.

Insight Driven Innovation Workshops bringen Consumer Insights mit unserer eigens entwickelten «Spark Session»-Methode zusammen. So entwickeln wir ein breites Spektrum innovativer Ideen, die alle Kriterien erfüllen, um für die Zielgruppe relevant und motivierend zu sein.

Dauer: ca. 1 ½ Tage

Vorbereitung seitens der Teilnehmer ist in überschaubarem Maße gefordert. Mit dem Vorteil, dass alle Teilnehmer im Thema sind, wenn der Workshop startet.

## Line Extension Workshops

Line Extensions can be a quick path to market success. As they build on existing brand equity, they require less initial investment. To be a success, however, they still need to be seen as new and relevant by the Target Group.

Insight Driven Line Extension Workshops combine more «traditional» methods of developing line extensions with less conventional ones, to produce viable and relevant ideas that are also unexpected.

Line Extension workshops typically last about 1 ½ days

Usually, a little pre-work for the participants is required. This has the added advantage of ensuring that everyone starts thinking about the topic at hand before the workshop starts.

## Line Extension Workshops

Line Extensions können ein schneller Weg sein im Markt erfolgreich zu sein. Sie sind meist weniger aufwändig und bauen auf vorhandenem Markenskapital auf. Aber auch für den Erfolg von Line Extensions ist es entscheidend, für die Zielgruppe relevant zu sein und als neu erlebt zu werden.

Insight Driven Line Extension Workshops kombinieren «herkömmliche» Methoden mit unkonventionellen Techniken für Line Extension Ideen, die unerwartet und relevant sind.

Dauer: ca. 1 ½ Tage

Vorbereitung seitens der Teilnehmer ist in überschaubarem Maße gefordert. Mit dem Vorteil, dass alle Teilnehmer im Thema sind, wenn der Workshop startet.



## Brand Strategy/Positioning Workshops

Developing new brand strategies can be a long, involved process, requiring input from various departments. Workshops with small, interdisciplinary groups offer an opportunity to bring everyone's input together, to produce results that can speed up development considerably.

Insight Driven Strategy/Positioning workshops are based on the 3-C method. By analysing Company, Consumer and Competition and where they interact, we can ensure that all relevant perspectives are taken into account in the development of new strategies and positionings.

### Strategy workshops typically last a day

The work sessions are Intensive yet enjoyable, as everyone can contribute to solving difficult challenges. Usually the results need just fine-tuning afterwards, before the next steps are taken.

## Brand Strategy/Positioning Workshops

Das Entwickeln von Strategien und Positionierungen ist ein aufwändiger Prozess, in den häufig unterschiedliche Abteilungen eingebunden sein müssen. Workshops mit kleinen Gruppen können den Input unterschiedlicher Disziplinen zusammen bringen, zu gemeinsamen Ergebnissen führen und so den Entwicklungsprozess deutlich beschleunigen.

Insight Driven Strategie- und Positionierungsworkshops arbeiten mit der 3-C Methode. Durch die Analyse von «Company, Consumer and Competition» und deren Zusammenwirken, stellen wir sicher, dass bei der Entwicklung von Strategien und Positionierungen alle relevanten Perspektiven berücksichtigt werden.

### Dauer: 1 Tag

Diese Workshops sind arbeitsintensiv, machen aber viel Spaß, weil jeder Teilnehmer zur Lösung der Herausforderung beitragen kann. Zumeist entstehen hier Strategien und Positionierungen, die nur justiert werden müssen, um die nächsten Schritte einleiten zu können.



## Relaunch Workshops

Relaunches are a great opportunity to give a brand a new lease of life, yet they can also be a balancing act. Current users must be retained, while making the brand more attractive to potential new users.

Insight Driven Relaunch Workshops deal with all the elements of a relaunch's marketing mix. The aim is to find ways to respect the various needs of current users while giving the brand a broader appeal.

Relaunch Workshops can be conducted at various phases throughout the relaunch process – early on, to produce a relaunch strategy and blueprint or later to check that all relaunch activities planned are, in fact, going to support the brand's success.

Relaunch workshops can last from 1 – 2 days, depending on the phase the relaunch is in and the ground to be covered.

## Relaunch Workshops

Ein Relaunch ist die Chance eine Marke zu aktivieren, ihr neue Relevanz zu verleihen. Entscheidend ist, dass ein Relaunch loyale Verwender mitnimmt und gleichzeitig neue Verwender gewinnen kann.

Insight Driven Relaunch Workshops setzen sich mit allen Komponenten eines Relaunches auseinander. Ziel ist, einen Weg zu finden, der die Motive bestehender Verwender respektiert und die neuer Verwender aktiviert.

Relaunch Workshops sind in unterschiedlichen Phasen eines Relaunchprozesses sinnvoll. In der Anfangsphase, um Strategie und Konzept für den Relaunch zu erarbeiten. In der Schlussphase, um sicherzustellen, dass die geplanten Aktivitäten zu einem erfolgreichen Relaunch führen werden.

Relaunch Workshops dauern 1 bis 2 Tage, abhängig von der Phase, in der sich der Relaunch befindet.



## Premium Product Workshops

Premium versions of almost any product or service are feasible, as long as consumers understand why it's worth paying more money for a particular product or brand. The secret is identifying the right triggers and barriers to the purchase of premium products in the category concerned.

Insight Driven Premium Product workshops combine consumer insights with our own «Spark Session» methodology, to ensure a wide range of relevant and innovative premium ideas are produced.

Premium Product workshops typically last about 1 ½ days

Usually, a little pre-work for the participants is required. This has the added advantage of ensuring that everyone starts thinking about the topic at hand before the workshop starts.

## Premium Product Workshops

Premiumstrategien sind für nahezu alle Produkte und Dienstleistungen möglich – entscheidend ist die Glaubwürdigkeit. Konsumenten müssen nachvollziehen können, was der Premiumaspekt eines Produktes, einer Marke ist. Das gelingt durch die Identifikation der spezifischen Motive bzw. Barrieren zu Premium-Produkten in der jeweiligen Kategorie.

In unseren Insight Driven Premium Produkt Workshops kombinieren wir Consumer Insights mit unserer eigens entwickelten «Spark Session»-Methode für ein breites Spektrum innovativer und relevanter Premium-Ideen.

Dauer: ca. 1 ½ Tage

Vorbereitung seitens der Teilnehmer ist in überschaubarem Umfang sinnvoll. Mit dem zusätzlichen Vorteil, dass die Teilnehmer vor dem Workshop beginnen sich mit Premiumprodukten auseinanderzusetzen.





## Private Label Workshops

The toughest competition in many product categories nowadays comes from private labels, a trend which is certain to continue. Forward-looking companies have plans in place to ensure that it's not their brands that lose share in future to the trade's own products.

Insight Driven Private Label workshops leverage the advantages that strong brands have over their private label counterparts, to help develop effective counter-strategies. They serve as a good kick-off for a three-pronged private label defense plan.

Private Label workshops typically last about 1 ½ days

Usually, a little pre-work for the participants is required. This has the added advantage of ensuring that everyone starts thinking about the topic at hand before the workshop starts.

## Private Label Workshops

Handelsmarken sind heute in vielen Produktkategorien zu den stärksten Wettbewerbern geworden. Eine Entwicklung, die sich fortsetzen wird. Für Unternehmen ist es wichtig, einen Plan zu haben, der sicherstellt, dass in Zukunft nicht die eigenen Marken Anteile an die Handelsmarken verlieren.

Insight Driven Private Label Workshops setzen auf differenzierende Aspekte starker Marken gegenüber Handelsmarken, um daraus effektive Gegenstrategien entwickeln zu können. Die Workshops sind auch ein ausgezeichnetes Kick-off für einen dreigleisigen Handelsmarken-Verteidigungsplan.

Dauer: ca. 1 ½ Tage

Vorbereitung seitens der Teilnehmer ist in überschaubarem Umfang sinnvoll. Mit dem zusätzlichen Vorteil, dass sich die Teilnehmer schon vor dem Workshop mit Handelsmarken in der Kategorie auseinandersetzen.



## 49 Plus Workshops

Consumers over 49 represent a significant proportion of sales in almost all product and service categories – a trend that's guaranteed to continue. Many companies don't find it easy, however, to tailor their brands and products specifically towards these affluent consumers.

Insight Driven 49 Plus workshops concentrate on the specific needs and sensitivities of the 49+ Target Group, particularly compared to those of younger consumers. From this starting point, targeted marketing activities and new product ideas can be developed systematically.

### 49 Plus workshops typically last about 1 ½ days

Usually, most participants are far younger than the Target Group. To ensure personal experience can be called upon during the workshop, interviews with some over-49-year-olds are usually conducted as part of the participants' workshop preparation.

## 49 Plus Workshops

Verbraucher über 49 werden in allen Märkten zu einer immer wichtigeren Zielgruppe, deren Bedeutung weiter wachsen wird. Vielen Unternehmen fällt es schwer, hier die richtigen Strategien und Produkte zu entwickeln, die diese kaufkräftige Zielgruppe aktivieren.

Insight Driven 49 Plus Workshops basieren auf Bedürfnissen und Befindlichkeiten der Zielgruppe 49+ insbesondere in Abgrenzung zu denen jüngerer Zielgruppen. Auf dieser Basis können gezielte Marketingaktivitäten und Produktideen entwickelt werden.

### Dauer: ca. 1 ½ Tage

In der Regel sind die Workshop-Teilnehmer jünger als die 49+ Zielgruppe. Für ein Grundverständnis, das auf persönlicher Erfahrung basiert, gehören für die Teilnehmer Interviews mit der 49+ Zielgruppe zur Vorbereitung.

# INSIGHT DRIVEN

## INSIGHT DRIVEN

Brand Consulting & Communication GmbH  
Feldbrunnenstr. 52  
20148 Hamburg

Geschäftsführer: Melville Schoen  
[melschoen@insightdriven.de](mailto:melschoen@insightdriven.de)  
Tel. +49 40 33 44 15 19-0  
Fax +49 40 33 44 15 19-9  
[www.insightdriven.de](http://www.insightdriven.de)