

Frühbucher-Bonus bis 06. Juli 2018
TWO for ONE – für einen zahlen, zu zweit teilnehmen!

Einladung zum IC Marketing Forum
Wärmepumpen in DACH
+ Marktdaten + Marketing- + Vertriebsstrategien +



4. September 2018

09:00 - 17:00 Uhr
(inkl. Verpflegung, Menü + Unterlagen)

Hotel IMPERIAL

Kärntner Ring 16,
1015 Wien, Österreich

Anmeldung

Veranstalter

Interconnection Consulting

Europas führendes Marktforschungsinstitut für den Markt für Wärmepumpen der DACH-Region

Referenten

Dr. Frederik Lehner • Geschäftsführer / Expertise: Marktforschung, Marketingstrategie und Internationalisierung

Mag. Ernst Rumpeltes • Senior Consultant / Expertise: Bauindustrie, Market Intelligence

Mag. Neva Rukonic • Consultant / Expertise: Wärmepumpen, Wohnbau- & Fertighausmärkte

Mag. Michael Cetinkan, MBA • Sales Consultant / Expertise: Sales Excellence

Mag. Raphael Amschl • Consultant / Expertise: E-Commerce, Online Marketing

Ing. Peter Berger, BA, CMS • Sales Consultant / Expertise: Strategieentwicklung, Absatzoptimierung

Zielgruppe

Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter von Herstellern, Händlern und Zulieferbetrieben der Branche

Konferenzsprache

Deutsch (Simultanübersetzung auf Englisch ab der 2. Verbindlichen Anmeldung)

Anmeldung

Für nähere Informationen und Rückfragen
kontaktieren Sie bitte:
Frau Dominika Niton
Tel +43 1 585 4623-35
info@interconnectionconsulting.com

Einladung zum IC Marketing Forum Wärmepumpen in DACH

+ Marktdaten + Marketing- + Vertriebsstrategien +

Das ganztägige IC Marketing Forum präsentiert ausführliche Informationen und Analysen zu den Märkten für Wärmepumpen in der DACH Region mit Unterstützung des [Verbands Wärmepumpe Austria](#). Wir betrachten die Marktentwicklung und analysieren die marktbeeinflussenden Faktoren hinsichtlich der allgemeinen Wirtschaftslage und der Bauwirtschaft (vornehmlich den Wohnbau). Zudem erwartet Sie ein Gesamtüberblick über die einzelnen Märkte, inklusive der Marktgrößen und der Durchschnittspreise, sowie Benchmarks zu den Produkt- und Kundengruppen. Neben den Marktvortrügen am Vormittag erwarten Sie nachmittags Vorträge aus dem Bereich der Marketing- und Vertrieboptimierung, inklusive Diskussionsrunden zur aktiven Einbindung der Teilnehmer:

- Aktuelle Zahlen, Daten, Fakten sowie Prognosen und Analysen:
 - zu den Märkten für Wärmepumpen in der DACH-Region
 - nach Produktgruppen Erdwärme-, Luft-Wasser- und Wasser-Wasser Wärmepumpen
 - nach Kundensegmenten: Wohnbau/Nicht-Wohnbau + zu den Wachstumssegmenten
 - nach Geschäftssegment: Erstausstattung + Austausch
 - sowie zu den Vertriebskanälen (direkt + indirekt)
 - und dem Marktumfeld (Baumfeld, Wirtschaftsentwicklung)
- Erfolgsfaktor Partnermanagement: Mit den Vertriebspartnern erfolgreich wachsen
- Sales Management: Beziehungsaufbau im Verkauf 2.0
- Mit der Homepage zur Lead-Generierung: Leads für Online und Offline Geschäfte
- SALES Excellence Programm zur Ertragssicherung

Wärmepumpen in DACH
am 4. September 2018 von 09:00 – 17:00 Uhr
HOTEL IMPERIAL, Kärntner Ring 16, 1015 Wien, Österreich
Konferenzsprache: Deutsch (bedarfswise Simultanübersetzung auf Englisch)
Preis € 890.-

Frühbucher-Bonus:

Bis einschließlich 6. Juli 2018 gilt unsere Frühbucher-Aktion „TWO for ONE - für einen zahlen, zu zweit teilnehmen“. Jene ist gültig für Teilnehmer desselben Unternehmens.

Wir ersuchen um frühzeitige Anmeldung [via Online-Formular](#). Für Rückfragen stehen wir jederzeit zur Verfügung!

Dr. Frederik Lehner,
Geschäftsführer, Interconnection Consulting
Tel: + 43 1 585 4623-0
Fax: + 43 1 585 4623-30
event@interconnectionconsulting.com

* Aus technischen Gründen behalten wir uns eine Änderung des Veranstaltungsorts innerhalb Wiens vor.

1. Der Markt für Wärmepumpen in DACH

Der Markt für Wärmepumpen in der DACH-Region konnte auch 2017 eindrücklich wachsen: rund 9,5% betrug das mengenmäßige Plus, wobei der Markt in erster Linie von der erstarkenden Bauwirtschaft und deren Haupttreiber, dem Neubau von MGWB in den Ballungszentren, profitiert. Der deutsche Markt konnte am stärksten wachsen und Deutschland beansprucht auch den größten Marktanteil der Region. Rund 60% der Wärmepumpen wurden direkt vertrieben und die Marktkonzentration ist hoch: weit mehr als 50% werden von den TOP 10 des Marktes abgedeckt.

Noch wird die Mehrzahl der Wohnräume der DACH-Region (rund 30%) mittels Ölheizungen beheizt, dennoch steigt die Nachfrage für Wärmepumpen konstant. Der Grund hierfür liegt sowohl am steigenden Interesse an energiesparenden und damit umweltfreundlichen Lösungen, wie auch an steuerlichen Anreizen und neuen Regulierungen zum Energieverbrauch. Einzig die zuletzt fallenden Gas- und Ölpreise konterkarieren ein schnelleres Wachstum des Marktes. Bezüglich der Produktgruppen stellen Luft-Wasser Wärmepumpen das größte Segment dar, mit einem starken Marktanteil von mehr als 65% Umsatzvolumen in der DACH-Region.

Der Vortrag präsentiert die Marktentwicklung für Wärmepumpen in der DACH Region, inklusive der Regionalanteile. Wir präsentieren Analysen zu den einzelnen Produkt- und Kundengruppen, eine Distributionsanalyse und betrachten die neuesten Marktverschiebungen und Trends. Die präsentierten Daten und Prognosen basieren auf dem aktuellen [IC Market Tracking](#).

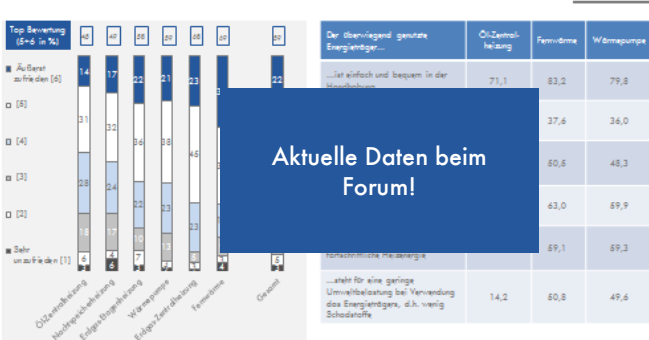
Inhalt des Vortrags*:

- Aktuelle Prognosen zur Entwicklung der Märkte in DACH
- Analysen nach Produktgruppen: Erdwärme-, Luft-Wasser- und Wasser-Wasser Wärmepumpen
- Analysen nach Kundengruppen: Wohnbau/Nicht-Wohnbau
- Zu den Wachstumssegmenten + Durchschnittspreisen
- und Geschäftssegmenten: Erstausstattung + Austausch
- sowie zu den Vertriebskanälen (direkt + indirekt)
- Trends am Markt

Wärmepumpe nimmt Platz 3 in Heizungsanlagenbewertung ein



Frage: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Energieträger den Sie derzeit überwiegend zum Heizen verwenden?



Quelle: B2C17 Kundenzufriedenheit der Energie- und Heizungsbranche, Umfrage 04/2017

2/40

Erdgas dominiert Österreichischen Heizungsmarkt



Heizer und Warmwasser in Österreichischen Privathaushalten in % der Haushalte, Installationsjahr der Heizung, n = 1008



Quelle: Statistische Erhebungen, 2013

3/40

Ihr Nutzen:

- Analyse der Wachstumspotenziale in unterschiedlichen Segmenten
- Daten, Fakten und Benchmarks für Ihre Planung und Vertriebssteuerung
- Sie erkennen die Treiber des Marktes und können sich frühzeitig auf Umbrüche umstellen

Diskussionsrunde: Wie stark spürbar ist die Abhängigkeit vom Bausektor?

* Der Vortrag basiert auf Auszügen aus der aktuellen IC Marktstudie, kann die Studie selbst aber nicht ersetzen!

2. Marktumfeld: Wirtschaftsentwicklung + Baukonjunktur

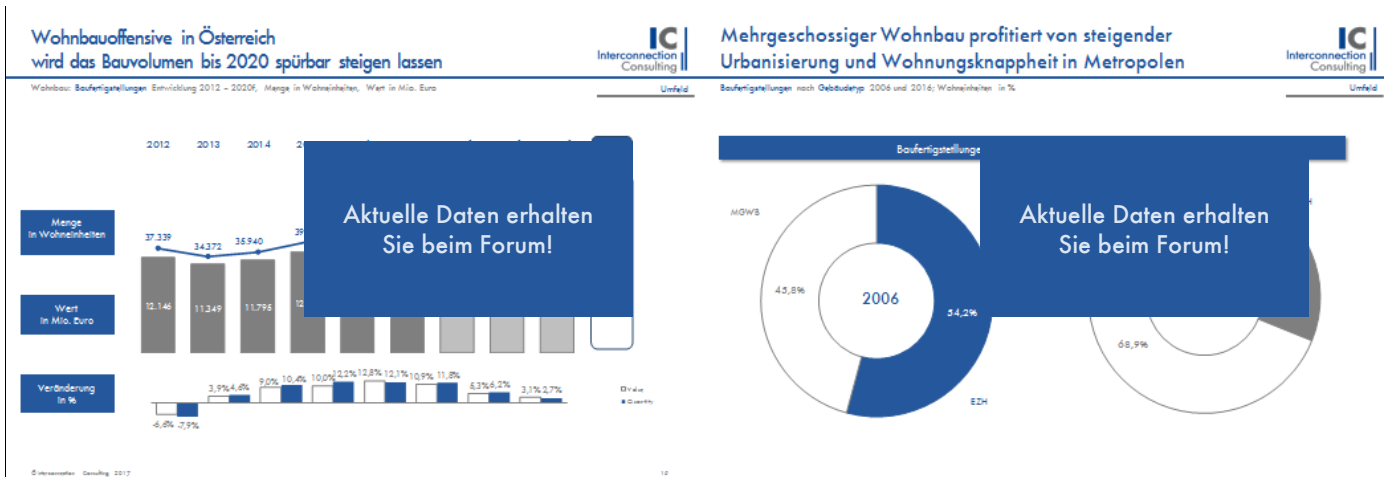
Europas Bauwirtschaft verzeichnete mit 2017 erstmals wieder deutlich positive Zahlen. Neben dem Wohnbau konnte 2017 auch der Objektbau wieder wachsen. Während Deutschland betreffend der Bautätigkeit zu Europas Spitze zählt, konnte auch Österreich vor allem im Bereich Nicht-Wohnbau wieder aufholen.

In Deutschland wurde die Neubautätigkeit am Sektor Wohnbau mit dem Einsetzen der Flüchtlingskrise ab 2015 verstärkt vorange-trieben, aber jene befeuerte die Bauwirtschaft der gesamten DACH-Region. Vor allem der Sektor Neubau wird auch weiterhin durch den steigenden Wohnraumbedarf in den Ballungszentren vorangerieben. Neben dem Spitzenreiter Deutschland erreichte Österreich 2017 ein wertmäßiges Plus von über 5%. Und auch in der Schweiz entwickelte sich der Markt weiterhin stark: 2015 etwa wurden hier europaweit die meisten Wohnungen pro Kopf fertiggestellt.

Der Vortrag beleuchtet das Wachstumssegment Hochbau in der Kategorie Wohnbau und Nicht-Wohnbau in der DACH-Region, in den Segmenten Neubau, Renovierung und DIY, nach Gebäudetypen, Baugenehmigungen und Baufertigstellungen. Außerdem werden die wichtigsten mikro- und makroökonomischen Kategorien aus dem Marktumfeld (Wirtschaftsentwicklung, Beschäftigten-zahlen, BIPs) präsentiert. Die Zahlen, Daten und Prognosen basieren auf dem aktuellen [IC Building Forecast DACH](#).

Inhalt des Vortrags:

- Entwicklung des Wohnbaus (EZH/MGWB) + Nicht-Wohnbaus 2011–2021f in DACH
- nach Gebäudetypen (MGWB, EFH) + Segmenten: DIY, Neubau, Renovierung
- nach Baugenehmigungen + Baufertigstellungen
- mit einer Analyse der Marktreiber: Demografie, Wirtschaftsentwicklung
- mit Benchmarks zu Durchschnittspreisen + Wachstumsraten
- Trends am Markt 2030



Ihr Nutzen:

- Analyse der Wachstumspotenziale in unterschiedlichen Segmenten
- Daten, Fakten und Benchmarks für Ihre Planung und Vertriebssteuerung
- Sie erkennen die Treiber des Marktes und können sich frühzeitig auf Umbrüche umstellen

Diskussionsrunde: Wo gibt es Wachstumsinseln für den Neubau?

3. Erfolgsfaktor Partnermanagement: Mit den Vertriebspartnern erfolgreich wachsen!

Der Vortrag beleuchtet die wichtigsten Punkte im Bereich des Partnerings am Markt für **Wärmepumpen**. Wir betrachten die Rollen der einzelnen Beteiligten im Vertriebskreislauf und präsentieren Konzepte, um mit Vertriebspartnern gemeinsam zu wachsen. Darüber hinaus betrachten wir, wer in die Entscheidungsprozesse hinsichtlich der Marke, des Verkaufs und der Vermarktung eingebunden ist und inwiefern die Kenntnisse dieser Entscheidungswege zum Erfolg beitragen.

Ein erfolgreiches Partnering schließt mehrere Ebenen mit ein: beginnend bei der Partnerselektion, über Digitale Partnerschaften und Bindungsstrategien bis zu einer eigenen Vertriebsakademie. Wir präsentieren Aufbau, Struktur und Vorteile einer eigenen Vertriebsakademie und analysieren das Partnermanagement 2.0 unter Berücksichtigung einer Kombination von Lead Management und Online Lead Management.

In einem weiteren Schritt analysieren wir nicht zuletzt die Zusammenhänge von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung und stellen unterschiedliche Merkmale vor, mit Hilfe derer Kundenerwartungen besser eingeschätzt werden können.

Inhalt des Vortrags:

- Entscheidungsprozesse, Kaufkriterien + Markenbotschafter im Kreislauf der Partnerschaften
- Partner-Portfolio-Management: Digitaler Partner + eigene Vertriebsakademie + Bindungsstrategien
- Kundenzufriedenheit + Kundenbindung über Begeisterungsmerkmale
- Strategien und Vorteile einer eigenen Vertriebsakademie
- Lead Management + Online Lead Management

Der Weg zum erfolgreichen Partnermanagement

Was sind die Kriterien für Begeisterung

Erwartungen managen

Ihr Nutzen:

- Input für ein optimiertes Partnermanagement
- Potentiale eine bessere Kundenbindung
- Input für eine eigene Vertriebsakademie

Diskussionsrunde:

- Welche Begeisterungsmerkmale zeichnen Ihr Produkt / Unternehmen aus?

4. Sales Management: Beziehungsaufbau im Verkauf 2.0

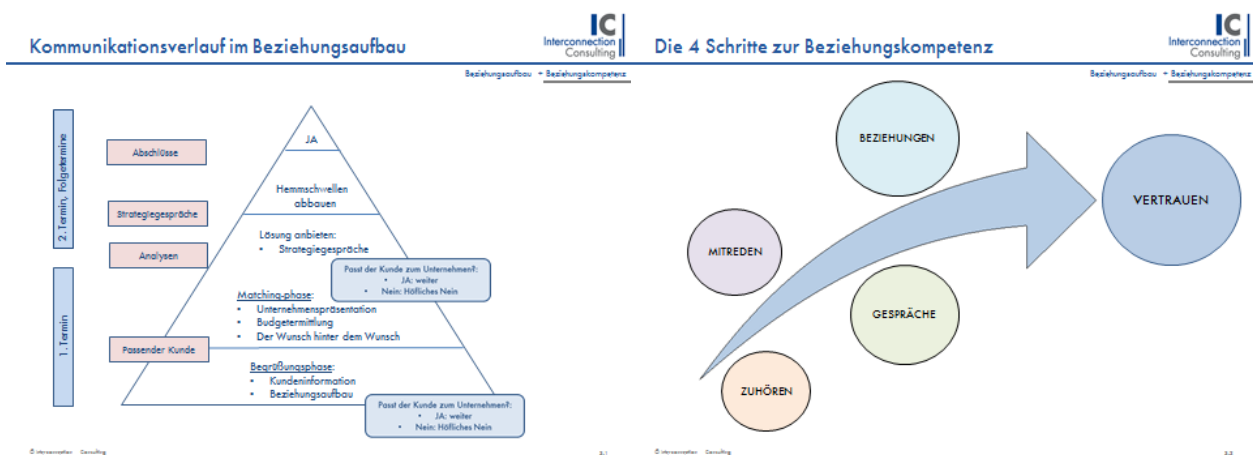
Das Kundenbeziehungsmanagement unterliegt spätestens seit der Jahrtausendwende mit dem Einsetzen der Digitalen Revolution drastischen Veränderungen. Im Zeitalter des Digital Commerce ist das Verhältnis von Unternehmen zu Kunden geprägt von technischen Errungenschaften wie der Suchmaschinenoptimierung (SEO), der Künstlichen Intelligenz (KI) im Handel und der Virtual Reality (VR), die vorrangig dazu dienen die Kundenzufriedenheit zu messen und zu erhöhen.

Mittels „Predictive Analytics“, einer der neueren Big-Data Trends, wollen Unternehmen komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge vorhersagen können um daraus Wettbewerbsvorteile zu generieren. Mittels Data-Mining Dinge anbieten, von denen der Kunde selbst noch nicht weiß, dass er sie braucht.

Wo bleibt bei alledem der Ansatz des zwischenmenschlichen Beziehungsaufbaus? Michael Cetinkan macht es sich in diesem Vortrag zur Aufgabe die Wichtigkeit des persönlichen Kontakts im Verkauf aufzuzeigen: Im Zeitalter der Computerassistenz wird der persönliche Verkauf wichtiger denn je, allerdings nur dann, wenn die Beziehungskompetenz des Menschen und die Assistenz des Computers komplementär auftreten. Beziehungsaufbau 2.0 ist eine Besinnung auf die menschliche Komponente im Verkauf, die die Kraft der automatisierten Systeme auf die Straße bringt.

Inhalt des Vortrags:

- Was weiß der Computer, was Sie nicht wissen
- Welche Emotionen bewegen Kunden
- Wie kommt man vom Verkaufsgespräch zum Beziehungsaufbau
- Was bewirken starke Beziehungen



Ihr Nutzen:

- Input für verbesserte Kundenbeziehungen
- Potentiale eine bessere Kundenbindung + ein optimiertes Kundenbeziehungsmanagement

Diskussionsrunde:

- Wo liegen die Potentiale von SEO, KI und VR und den jüngeren Big Data Trends? In welchen Bereichen finden sie konkrete Anwendung und wie werden sie wahrgenommen: als Chance oder Bedrohung?

5. Mit der Homepage zur Lead-Generierung: Leads für Online & Offline Geschäfte!

Google dient quer durch die Branchen zu nahezu 100% als erste Informationsquelle für Endkunden. Im B2B-Segment wenden sich Entscheider zunehmend ebenso an ‚Google‘, bevor ein Unternehmen online oder offline kontaktiert wird. Den heute gängigen Komfort aus den B2C-Märkten (von der Homepage, über den Rückrufservice, oder Anfragetools) schätzen Entscheider ebenso im B2B Umfeld. Mit der richtigen Nutzung des Websiteanalysetools von Google lassen sich zudem äußerst wertvolle Informationen, die ein potenzieller Kunde bei seiner Suche preisgibt, als Basis für die Strategie zur Lead Generierung heranziehen.

Der Vortrag zeigt Konzepte und Techniken, um über diverse Google Tools qualifizierte Leads für Ihr Unternehmen zu generieren und in weiterer Folge den Absatz zu erhöhen. Die strategische, inhaltliche und technische Ausrichtung der Homepage spielt dabei eine ebenso wichtige Rolle, wie die Suchmaschinenoptimierung und die nötige Präsenz der speziell für den Markt von **Wärmepumpen** wichtigen Google Tools. Besondere Würze erhält dieser Vortrag von Raphael Amschl dadurch, dass er interaktiv auf die teilnehmenden Unternehmen eingeht.

Inhalt des Vortrags:

- Google Innovationen 2017 – Wie nützt man als Unternehmen das große Google Potenzial zur Lead Generierung?
- Suchmaschinenoptimierung – Mehr Präsenz durch eine ausgeklügelte Homepagestrategie, gepaart mit einer seo-optimierten inhaltlichen und technischen Umsetzung!
- Zielgruppenspezifische Online Lead Generation Kampagnen mit dem richtigen Mix aus Inhalten und Google Tools!
- Vernetzung von Google Tools – Wie schaffe ich es einen Lead über mehrere Kanäle an mich zu binden?
- Best Practice, ‚Dos and Don’ts‘ der Top Player

1. Online Lead Generation Projekte – Wozu brauche ich eine Strategie?

Online Lead Generation Prozess Perspektiven: Einfach ist anders!



Prozess	Kompetenz	Content	Tools

6. Umsatzmotor Webseite! Der Motor darf nicht ins Stocken geraten!

Umsatzmotor Internet: Alle Wege führen zur eigenen Webseite



Ihr Nutzen:

- Sofort Umsetzbarer Input für die Generierung von Leads über die Webseite
- Bestehende Lead Generation Kampagnen optimieren
- Erhöhung der Präsenz bei für Ihre Zielgruppe wichtigen Google Tools
- Neue Lead Quellen für mehr Geschäftsmöglichkeiten

Diskussionsrunde:

- Umsatzmotor Internet: Anspruch und Wirklichkeit
- Wie generiere ich qualifizierte Leads?

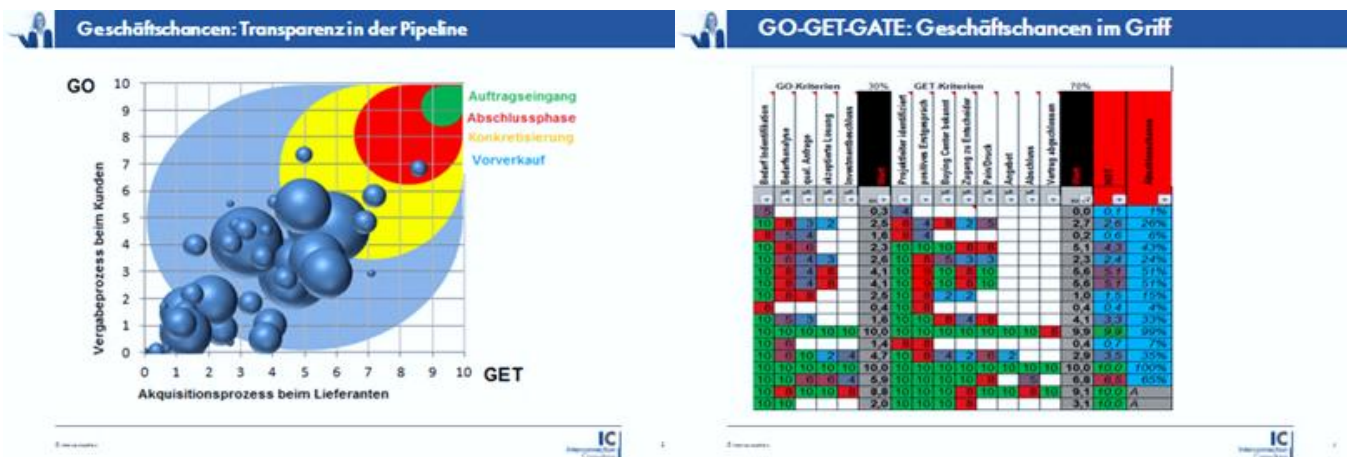
6. SALES Excellence Programm zu Ertragsicherung

SALES-Excellence ist ein Managementzugang für mehr Effektivität und Effizienz im Vertrieb. Viele Unternehmen steuern über Effizienzprogramme in der Fertigung und Beschaffung das Geschäftsergebnis. Da in diesen Bereich aber die Effizienzpotentiale Großteils gehoben wurden, liegt es zunehmend am Vertrieb, den Ergebnisbeitrag zu sichern. Aufträge sollten mit der richtigen Struktur, den richtigen Konditionen zum richtigen Zeitpunkt gesteuert werden. Wäre da nicht der Kunde, der den Bemühungen des Vertriebs nicht in dem gewünschten Ausmaß folgt, wäre die Vertriebsaufgabe einfacher zu lösen. Das enthebt Vertriebsleiter aber nicht der Verantwortung, zu steuern, was steuerbar ist!

Der Vortrag zeigt die Ableitung der Führungsaufgaben ausgehend von einem Ertragsoptimierungs-Ansatz (GOLDmine) und illustriert, wie über eine aktive Steuerung der LEAD-Pipeline Einfluss auf die Steuerung der Vertriebsleistung genommen werden kann.

Inhalt des Vortrags:

- GOLDmine: Das Ertragsstruktur-Modell: Ertragsstrukturen erkenne, Hebel zur Ertragsoptimierung identifizieren, Vorgaben für die Vertriebssteuerung optimieren
- LEAD Management: Absatzchancen bewerten, Vertriebsprozesse strukturieren, Abschlusschancen, Pipeline füllen
- Change Management im Vertrieb: Strategie als Handlungsrahmen, Goldmine als fundierte Basis, LEAD Management als Steuerungsinstrumente, Prozesse um nachhaltig Verhalten zu verändern



Ihr Nutzen:

- Erfolgstreiber im Kundenportfolio erkennen und fördern
- Klare Strategien erarbeiten um Kunden zu generieren und binden
- Strategisches Risiko eines nicht optimalen Kundenmix erkennen

Diskussionsrunde:

- Was unterscheidet einen System- zu einem Preisoptimierer?
- Welche Bedeutung haben Kunden in der "Schutzzone" für Ihren Erfolg?
- Kann man sich aktiv von Kunden zurückziehen?

Referenten + Referenzen

Dr. Frederik Lehner / Geschäftsführer

1998 Gründung der IC Consulting GmbH in Wien, ein Jahr später Aufbau des Büros in Buenos Aires, seit 1999 geschäftsführender Gesellschafter. Interconnection Consulting ist spezialisiert auf die Bereiche Internationale Marktforschung und Marketingberatung und zählt über 1.000 Unternehmen zu ihren Kunden. Frederik Lehner verfügt über langjährige Beratungs- und Vortragserfahrung in den Bereichen entscheidungsorientierte Marktforschung, Marketing, Preismanagement, Internationalisierung, Vertriebs- und Innovationsmanagement und CRM. Durch über 200 jährliche Marktstudien in 30 unterschiedlichen Branchen kann Dr. Frederik Lehner auf ein umfassendes und breitgefächertes Branchen-Know-How sowohl im Consumer als auch im B2B-Bereich zurückgreifen.

Mag. Ernst Rumpeltes / Senior Consultant + Marktanalyst

Seit 2010 bei Interconnection Consulting für die Erstellung von Studien und Beratungsprojekte innerhalb der Baubranche zuständig. Mag. Ernst Rumpeltes ist Experte im Bereich Market Intelligence. Absolvierte an der Wirtschaftsuniversität Wien das Studium Betriebswirtschaftslehre.

Mag. Raphael Amschl / Senior Consultant

Seit 2008 als Consultant für die Bereiche E-Commerce und Online-Marketing bei Interconnection Consulting beschäftigt. 2010 Gründung von Webverstärker dem Kompetenzzentrum für Online-Business. Raphael Amschl hat für viele renommierte Unternehmen Online-Marketing Projekte analysiert, optimiert und umgesetzt. Vor seiner Zeit bei Interconnection Consulting war Mag. Raphael Amschl im technisch-organisatorischen Bereich bei Du Pont, sowie an der Universität Wien und an der technischen Universität Wien tätig. Absolvierte das Studium Wirtschaftsinformatik an der technischen und wirtschaftlichen Universität Wien.

Mag. Neva Rukonic / Senior Consultant + Marktanalystin

Seit 2014 Market Analystin bei Interconnection Consulting, Studienautorin und Branchenexpertin im Bereich Bauen und Wohnen in Europa und hierin insbesondere in den Märkten Kontrollierte Wohnraumlüftung, Lüftung und Fertighausbau. Expertin hinsichtlich Marktdaten, Branchen und Produktrends, sowie in der Erstellung von Marktprognosenmodellen.

Mag. Michael Cetinkan, MBA / Sales Consultant

Michael Cetinkan is economic sociologist (Johannes Kepler University Linz) and has completed an MBA (Master of Business Administration) at the Danube University Krems. He has years of professional experience in the fields of personnel management, marketing, public relations and sales and has had leading functions in the private sector as well as in nonprofit organizations. Michael Cetinkan hat überdies das Psychotherapeutische Propädeutikum (ÖGWG) und ein Psychotherapeutisches Fachspezifikum (Donau Universität Krems) absolviert. Seit 2017 ist Michael Cetinkan im Bereich Vertrieboptimierung für die Interconnection Consulting tätig.

Ing. Peter Berger, MA, CMC / Sales Consultant

Peter Berger ist Spezialist in den Bereichen absatzorientierte Unternehmensberatung, Vertriebsprozessoptimierung, CRM/CAS-Implementierung, Strategieoptimierung und Change Management. Peter Berger hat 30 Jahre Erfahrung im internationalen Vertrieb. Als General Manager für Sales & Marketing hat er 15 Jahre lang aktiv Vertriebsorganisation geführt und als Key Account Manager sich selbst an vorderster Front mit Fragen der Optimierung von Absatzstrategien beschäftigt. Motiviert durch den Wunsch, Unternehmen sowie auch Menschen zu fördern, leitete er über 200 SALES Excellence Projekte von Konzernen bis zu KMU, verfasste ein Fachbuch zum Thema "Absatzsteuerung - techn. Vertrieb", ist Sprecher des Arbeitskreises Vertriebsberatung der Wiener Wirtschaftskammer und oft gebuchter KeyNote-Speaker zum Thema „Absatzerfolg sichern!“.

