

IC MANAGEMENTFORUM

 26.02.2019

 Imperial / Wien

PRICING EXCELLENCE



HÖHERE GEWINNE
DURCH OPTIMALE PREISE

ZIELGRUPPE:

Führungskräfte in
Marketing + Vertrieb
Key Account Manager

ANMELDUNG

PREIS: € 890

EARLY BIRD Special: 2for1
2 zum Preis von 1
bis 25. Jänner 2019

*Tools zur optimalen Preisgestaltung + Preisfestsetzung,
sowie praktische Tipps zur Umsetzung von Preisstrategien!*

*Sie erhalten entscheidungsrelevante Daten zu Preisstrategie,
Positionierung + Segmentierung vom führenden Institut für
Preismarktforschung!*



Dr. Frederik Lehner, verfügt als Gründer und Geschäftsführer der IC Gruppe über langjährige Erfahrung in den Bereichen entscheidungsorientierte Marktforschung, Marketing, Preismanagement und Internationalisierung.



Ernst Rumpeltes ist studierter Wirtschaftswissenschaftler und verantwortet als Head of Market Intelligence seit 2010 u.a. die Bereiche Marktforschung, Preismarktforschung und Kundenzufriedenheit.

Interconnection Consulting ist ein internationales Marketing und Trainingsinstitut mit Büros in Wien, Buenos Aires, Lemberg und Bratislava. Wir unterstützen Unternehmen bei der Analyse, der Beratung und Umsetzung von Marketing- und Strategieentscheidungen.

EINLADUNG

Der Preis ist der wichtigste Faktor für den Gewinn eines Unternehmens, *Pricing Tools* somit die mächtigsten Stellschrauben der Unternehmensstrategie.

Einen Tag lang widmen wir der Wirkungsweise von Preisen auf sämtliche Unternehmensbereiche und vermitteln dabei ein klares Verständnis über die wichtigsten Schritte bei der Preisgestaltung, Preisfestsetzung und Positionierung. Sie erhalten konkrete Werkzeuge zur Festlegung und Umsetzung Ihrer Preisstrategien und wir geben Antworten auf die täglichen Herausforderungen im Hinblick auf Mitbewerberpreise, Preistypen und Kundensegmentierung.

Profitieren auch Sie vom Wissen des führenden Instituts in der Preismarktforschung, indem Sie entscheidungsrelevante Daten zu Preisstrategie, Positionierung und Segmentierung erhalten!

Psychologische
Preisbildung
Mitbewerberpreise
Preisdifferenzierung
Preisfestsetzung

inklusive
Preistypen,
Neuro-Pricing,
+ Behavioral
Economics

UNSERE THEMEN

DIE UNGLAUBLICHE MACHT DER PREISE

TOOLS ZUR OPTIMALEN

PREISFESTSETZUNG + POSITIONIERUNG

PSYCHOLOGISCHE PREISBILDUNG

KUNDENSEGMENTIERUNG + PREISTYPEN

DIE HOHE KUNST DER PREISDIFFERENZIERUNG

UMSETZUNG VON PREISSTRATEGIEN

Ihre Ansprechpartnerin
Mag. Dominica Niton
+43 1 5854623-35
info@interconnectionconsulting.com



PRICING EXCELLENCE

WANN: 26.02.2019

WO: Hotel IMPERIAL
Kärntner Ring 16
1015 Wien

ANMELDUNG

EARLY BIRD Special: 2for1
2 zum Preis von 1
bis 25. Jänner 2019

VORTRÄGE

Der Preis als wichtigster GEWINNTREIBER: Grundlagen für ein aktives Pricing

Nichts ist so einfach zu ändern wie Preise, aber nichts ist so komplex wie die Wirkung von Preisen auf Gewinn, Märkte und Kunden. Traditionelle Formen der Preiskalkulation schöpfen den möglichen Gewinn oft nur marginal aus, während eingespielte Formen des Rabatts den Markenaufbau von Jahren im Handumdrehen zerstören können und überdies äußerst kostenintensiv sind. *Der Vortrag betrachtet die Wirkungsweise von Preisen auf Gewinn, Märkte und Kundenpräferenz mit anschließender Diskussion zu den aktuellen Trends.*

Preiskrieg
Preiserhöhung
Preiselastizität

Weil der Mensch zählt: PREISPSYCHOLOGIE + Behavioral Pricing

Der Schlüssel zum Thema Preis ist das Verhalten der Kunden. Hier zeigt sich bald, dass der Mensch kein rationales Wesen ist und die Preise und die Akzeptanz der Preise von vielen emotionalen oder neuropsychologischen Faktoren abhängen und das keineswegs nur bei Konsumgütern. Wer Preise strategisch festsetzt, der muss verstehen, wie so etwas Abstraktes wie ein Preis beim Kunden Gestalt annimmt. Hier gibt es viele Überraschungen.

Ankerpreise
Prospekttheorie
Neuro-Pricing

Die hohe Kunst der PREISOPTIMIERUNG:

Preisstrategien + Preisdifferenzierungsstrategien

Die Basisstellschraube einer Preisstrategie sind die Positionierung von Niedrig-Preis bis Premium und die Differenzierung nach unterschiedlichen Segmenten, die voneinander zu trennen sind. Welche Erfolgsfaktoren die einzelnen Preisstrategien mit sich bringen, wie diese in der Praxis umgesetzt werden und worauf man achten muss, das zeigt Ihnen unser abschließende Vortrag.

Kriterien
Preisstrategien
Umsetzung

Wofür der Kunde bezahlt: ANALYSETOOL für Ihr Pricing

Alle Preisstrategien stehen und fallen mit dem Wissen über den gewinnoptimalen Preis. Das ist mittlerweile nicht mehr ein langjähriger Erfahrungswert sondern Ergebnis valider Marktforschungsdaten, die auf neuen statistischen Methoden (Hierarchial Bayer, Choice Based Conjoint) basieren. Damit ist es sowohl möglich festzustellen, bei welchem Preis Absatz oder Gewinn optimal sind, für welche Services und Extras Kunden bereit sind Geld zu bezahlen, was passiert wenn der Mitbewerber die Preise senkt und wieviel die eigene Marke wert ist. Wer diese Tools nicht kennt, verschenkt jeden Tag Geld.

Analyse
Preissimulation
Interpretation

PROGRAMM

- 09.00 Vorstellungsrunde
- 09.15 Der Preis als wichtigster Gewinntreiber: Grundlagen für ein aktives Pricing
- 10.30 Vormittagskaffee
- 11.00 Weil der Mensch zählt: Preispsychologie + Behavioral Pricing
- 12.30 Mittagspause
- 14.00 Die hohe Kunst der Preisoptimierung: Preisstrategien + Preisdifferenzierungsstrategien
- 15.30 Nachmittagskaffee
- 16.00 Wofür der Kunde bezahlt: Analysetool für Ihr Pricing
- 17.00 Veranstaltungsende

... inklusive
3-Gänge Menü
Pausenverpflegung
+ elektronische
Unterlagen

KUNDENSTIMMEN + REFERENZEN

Das offene Gespräch über viele Facetten des Vertriebs hat es mir ermöglicht, wieder einmal über den Rand des eigenen „Vertriebsters“ hinaus zu sehen. An dem Forumstag entstanden neue Eindrücke, die sicher auch zu neuen Aktivitäten in „meinem“ Vertrieb führen werden.

Joachim Rauch,
Vertriebsleitung MAICO

Die Beiträge waren eine Auffrischung und vermittelten gleichzeitig neues Wissen und Erkenntnisse, sowie die Möglichkeit der Selbstreflexion.

Andreas Wind,
Projekt + Key Account Manager DCCS

