

BABYPRODUKTE in Europa 2019

Kinderwagen | Kindersitze | Indoor Produkte

 26.06.2019

 Imperial Vienna

ZIELGRUPPE:

Geschäftsführer, Marketing- + Vertriebsleiter von Herstellern von Kinderwagen, Kindersitzen + Baby Indoor Produkten, sowie Händler und Zulieferbetriebe

ANMELDUNG

PREIS: € 890

EARLY BIRD Special: 2for1
2 zum Preis von 1
bis 17. Mai 2019

... von Europas führendem Anbieter von Market Intelligence für Babyprodukte !



Dr. Frederik Lehner: Der Gründer und Geschäftsführer der IC Gruppe verfügt über langjährige Beratungs- und Vortragserfahrung in den Bereichen entscheidungsorientierte Marktforschung, Marketing, Preismanagement und Internationalisierung.



Dr. Stefano Armandi: Der Volkswirt leitet seit 2013 die Branche für Babyprodukte und ist Experte im Bereich Market Intelligence und internationale Volkswirtschaft.



Mag. Panorea Kaskani: Als Neuropsychologin liegt Ihr Schwerpunkt auf der Ergründung von Kauf- und Beziehungsmotiven. Seit 2017 ist sie Konzeptleiterin bei der Victory Sales Academy.



Mag. Raphael Amschl: Der passionierte Wirtschaftsinformatiker verantwortet seit 2008 die Geschicke der Interconnection Consulting in den Bereichen Digitalisierung und Online Marketing.

EINLADUNG

Unser ganztägiges Marketing Forum präsentiert einen Gesamtüberblick zum Europäischen Markt für Babyprodukte mit einem vergleichenden Blick auf die wichtigsten Entwicklungen in den TOP Märkten weltweit. Am Vormittag geben wir einen Überblick über die Kernergebnisse unserer Studien und analysieren die jeweiligen Trends, sowie die wirtschaftlichen Perspektiven der Märkte. Wir betrachten die Marktentwicklung und die Marktpotentiale, inklusive Prognosen bis 2021. Außerdem analysieren wir die Markttreiber und das Marktumfeld.

Die Marktberichte beinhalten die Marktgrößen und präsentieren die Highlights der einzelnen Segmente. Am Nachmittag erwarten Sie ausgewählte Tools für Ihre Marketing- und Vertriebsagenden, um am Markt noch erfolgreicher zu bestehen! Unsere an die Vorträge anschließenden Diskussionen geben Ihnen Raum Ihre Themen und Fragestellungen einzubringen!

MARKTENTWICKLUNG | MARKTTREIBER | TRENDS *

Kernergebnisse und Benchmarks zur Marktentwicklung für Babyprodukte in EU TOP 7 mit Blick auf die Entwicklung der TOP Märkte weltweit und Analysen zu den Highlights in den einzelnen Kategorien:

Kinderwagen, Kindersitze + Indoor Babyprodukte (Babytragen, Hochstühle, Reisebetten, Laufgitter, Türschutz, Wippen)

.. nach Segmenten: Produktgruppen, Preissegmente, Distributionskanäle

+ mit Daten zum Gesamtmarkt + Prognosen für die kommenden 3 Jahre

+ inklusive Wachstumssegmenten, Trends + Erfolgsfaktoren

* Die Vorträge basieren auf aktuellen Studien können und wollen diese aber nicht ersetzen!

MARKETING TOOLS

PRICING PERFORMANCE

NEUROMARKETING

ONLINE LEAD GENERATION

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



BABYPRODUKTE in EUROPA 2019

WANN: 26.06.2019

WO: IMPERIAL Vienna
Kärntner Ring 16
1015 Wien

ANMELDUNG

EARLY BIRD Special: 2for1
2 zum Preis von 1
bis 17. Mai 2019

THEMEN + INHALTE

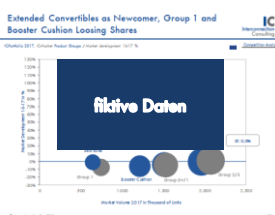
Marktentwicklung für Kinderwagen + Kindersitze + Indoor Babyprodukte in Europa TOP 7

Der Vortrag präsentiert Analysen zu Europas TOP 7 Märkten für Kinderwagen, Kindersitze und Indoor Babyprodukte mit einem vergleichenden Blick auf die wichtigsten Entwicklungen der TOP Märkte weltweit. Wir präsentieren Zahlen und Fakten zu den aktuellen Marktgrößen und zu regionalen Entwicklungen in den einzelnen Segmenten inklusive Wachstumsraten und Prognosen bis 2021.



Marktentwicklung KINDERWAGEN

- in EU TOP 7 + weltweit
- nach Produktgruppen + Preissegmenten
- nach Distributionskanälen
- Gesamtmarkt + Prognosen für alle Segmente bis 2021



Marktentwicklung KINDERSITZE

- in EU TOP 7 + weltweit
- nach Produktgruppen + Preissegmenten
- nach Distributionskanälen
- Gesamtmarkt + Prognosen für alle Segmente bis 2021

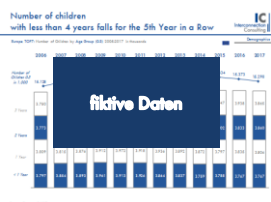


Marktentwicklung INDOOR BABYPRODUKTE

- in EU TOP 7 + weltweit
- nach Produkten: Babytragen, Hochstühle, Reisebetten, Laufgitter, Türschutz, Wippen
- nach Segmenten: Preissegment + Distributionskanälen
- Gesamtmarkt + Prognosen für alle Segmente bis 2021

Marktumfeld + Consumer Trends für Babyprodukte

Der Vortrag beleuchtet das Marktumfeld für Babyprodukte und die wichtigsten Konsumententrends des Markts, wobei neben den gängigen mikro- und makroökonomischen Kategorien insbesondere die Faktoren Haushaltseinkommen + Kaufkraft analysiert werden. Die einzelnen Kundengruppen werden unter soziokulturellen und demografischen Aspekten im Vergleich der einzelnen Länder innerhalb Europas TOP 7 Märkten analysiert.



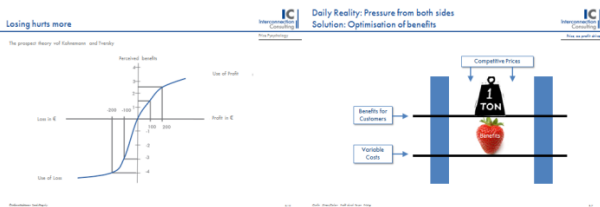
MARKTUMFELD + Consumer Trends:

- Mikro- und makroökonomische Entwicklungen in den untersuchten Ländern bis 2021
- Analysen nach demographischen und soziokulturellen Kriterien
- Analysen zur Einkommensverteilung, Haushaltseinkommen, Kaufverhalten + Kaufkraft
- Die Geburtenrate in den untersuchten Regionen
- Die TOP Consumer Trends des Marktes

MARKETING TOOLS

PRICING PERFORMANCE: Gewinnoptimierung durch gezielte Preispolitik

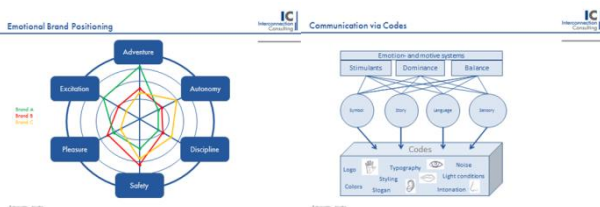
Der Vortrag betrachtet die Wirkungsweise von Preisen auf Gewinn, Märkte und Kundenpräferenz unter Berücksichtigung branchenspezifischer Besonderheiten. Wir analysieren Aspekte wie Preiskalkulation und Preiserhöhung und präsentieren Werkzeuge zur Handhabung von Preisgestaltung und Preisfestsetzung.



- Das Potential marginaler Preiserhöhungen
- Die zerstörerische Kraft eines Preiskriegs
- Preiselastizität im Vergleich zu Deckungsbeitrag
- Die Bedeutung des Preises aus Kundensicht
- Neue Herausforderungen für das Pricing

NEUROMARKETING: Emotionale Entscheidungsstrukturen + Konsequenzen für das Marketing

Der Vortrag zeigt auf wie unser Gehirn in hohem Maße irrationale und unbewusste Entscheidungen fällt, welche Motivstrukturen eine Rolle spielen und angesprochen werden und wie man den Erfolg von Logos, Sujets und Werbemittel mittels Computertomografie vorhersehen kann. Des Weiteren wird auf radikale Veränderungen der Kundenkommunikation eingegangen, die sich aus dem aktuellen Stand der Wissenschaft ergeben. Wer einen Platz im Hirn der Konsumenten will, muss seinen Kommunikationsansatz auf die Funktionsweise des Gehirns umstellen.



- Wie entscheidet unser Gehirn, was treibt uns an
- Messung von Produkten und Werbemitteln mittels Gehirnschanner
- Emotionale Entscheidungsstrukturen und Konsequenzen für das Marketing
- Multisensorales Marketing

ONLINE LEAD GENERATION für Babyprodukte

Der Vortrag präsentiert Strategien, um das Potenzial des Internets zur Kundengewinnung voll auszuschöpfen. Es werden Strategie-Konzepte und wesentliche Bausteine von der Planung bis zur Umsetzung vorgestellt, um Lead Generation Projekte am Markt für Babyprodukte erfolgreich umzusetzen.



- Planung + Umsetzung
- Strategien zur Online Kundengewinnung
- Prozesse: Kundenkommunikationskette, Schnittstellen + Kompetenzen
- Strategische Ausrichtung der Homepage
- Do's + Don'ts bei der Umsetzung von LG Projekten

PROGRAMM

- 09.00 Vorstellungsrunde
- 09.15 Marktumfeld + Consumer Trends für Babyprodukte
- 10.00 Vormittagskaffee
- 10.30 Die Märkte für Kinderwagen + Kindersitze in Europa TOP 7
- 11.30 Europas TOP 7 Märkte für Indoor-Babyprodukte + Diskussion
- 12.15 Mittagspause
- 13.45 Pricing Performance: Gewinnoptimierung durch gezielte Preispolitik
- 14.30 Neuromarketing: Emotionale Entscheidungsstrukturen + Konsequenzen für das Marketing
- 15.30 Nachmittagskaffee
- 16.00 Online Lead Generation für Babyprodukte
- 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

