INHOUSE-SEMINAR PRICING PERFORMANCE

Wege zur optimalen Preisgestaltung & …

… effizienten Umsetzung Ihrer Preisstrategie !

Unsere Systematik..
für Ihr Team

Pricing Verantwortliche
Geschäftsführer,
Führungskräfte in
Marketing & Vertrieb.

- Pricing Tools & Psychologische Preisbildung
- Kundensegmentierung & Preistypen
- Preisdifferenzierungsstrategien

ZUM INHALT

Die Tatsache, dass der Preis der wichtigste Faktor für den Unternehmensgewinn ist, macht PRICING TOOLS zu den mächtigsten Stellschrauben einer Unternehmensstrategie.

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

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

DIE THEMEN IM ÜBERBLICK

- Die unglaubliche Macht der Preise
- Tools zur optimalen Preisfestsetzung + Positionierung
- Psychologische Preisbildung
- Kundensegmentierung + Preistypen
- Die hohe Kunst der Preisdifferenzierung
- Umsetzung von Preisstrategien

Seminarleitung

Dr. Frederik Lehner

1998 Gründung und seither Geschäftsführer von Interconnection Consulting mit Hauptsitz in Wien.

Langjährige Beratungs- und Vortragserfahrung in den Bereichen entscheidungsorientierte Marktforschung, Marketing, ..

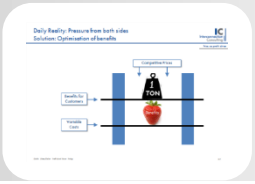
... Preismanagement sowie Internationalisierung.

Grundlagen für ein AKTIVES PRICING: Der Preis als wichtigster Gewinntreiber

09.15 h

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.



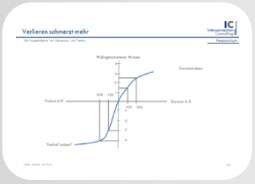
- Preiskrieg
- Preiserhöhung
- Preiselastizität

Weil der Mensch zählt: Preispsychologie + BEHAVIORAL PRICING

11.00 h

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 strategische festsetzt, der muss verstehen, wie so etwas Abstraktes wie ein Preis beim Kunden Gestalt annimmt. Hier gibt es viele Überraschungen.



- Ankerpreise
- Prospekttheorie
- Neuropricing

Die hohe Kunst der PREISOPTIMIERUNG: Preisstrategien + Preisdifferenzierungsstrategien

14.00 h

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, zeigt Ihnen dieser Vortrag.

- Kriterien
- Preisstrategien
- Umsetzung

Wofür der Kunde bezahlt: ANALYSETOOL für Ihr PRICING

16.00 h

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

Zeitlicher Ablauf & Kundenstimmen

09.00 Vorstellungsrunde
09.15 Einführung + Erkenntnisse der Hirnforschung
10.00 Vormittagskaffee
10.30 Neuropsychologische Messverfahren
12.00 Mittagspause
13.30 Emotionen + Motive im Kaufentscheidungsprozess
15.30 Nachmittagskaffee
16.00 Neuroselling:
17.00 Veranstaltungsende

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

Joachim Rauch, MAICO Vertriebsleitung

> […] Die lebendige Art und Weise Ihrer Wissensvermittlung gibt den Teilnehmern praktische Beispiele mit auf den Weg, schafft einen guten Überblick über die Methoden der Neuromarketing-Tools und lässt Networking unter den Teilnehmern Raum. Ich kann das Seminar nur wärmstens empfehlen.

Ute Hajek, PCS Systemtechnik,
Leiterin Marketing Communications + Events

Nähere Informationen erhalten Sie hier:

ANFRAGEN

Leitung Eventmarketing
Mag. Nina Serföző
t. +43 1 5854623-73
m: serfoezoe@interconnectionconsulting.com

Unser ANGEBOT zum Inhouse-Seminar: Pricing Performance

Die Seminarleitung kommt vor Ort in Ihr Unternehmen (oder einen von Ihnen organsierten Raum) & präsentiert unsere Inhalte exklusiv für **5 bis 15 Teilnehmer**

Bei Ausrichtung des Seminars in unseren Räumlichkeiten (Galerie Lehner | 1060 Wien) veranschlagen wir

- **€ 35/Teilnehmer für die Verpflegung**

Preis: € 1.900

- **Exklusive Reisekosten**

PORTFOLIO + ABOUT: InterConnection Consulting

PRICING TOOLS: Interconnection Consulting ist das führende Institut im komplexen Bereich der Preismarktforschung. Wir liefern entscheidungsrelevante Daten für Preisstrategie, Positionierung und Segmentierung. Mit unseren Tools wird der Preis zum Gewinntreiber.

SEMINARE: Wir bieten in unseren Kernkompetenzen laufend Seminare an, die auch als **Inhouse-Termine** gebucht werden können. Zu unserem Repertoire zählen die Themen Pricing, Market Intelligence, Vertriebsoptimierung, Key Account Management und Digitalisierungsstrategien.

INTERCONNECTION: Als Full-Service Marktforschungsinstitut bieten wir ein breites Instrumentarium an Marktforschungstools mit hoher methodischer Kompetenz für B2C und B2B Märkte an. Neben klassischen Tools, wie Marktanalysen, Pricing- und Imageanalysen sowie Kundenzufriedenheit verfügen wir über ein Set an impliziten Methoden, um unseren Kunden tiefgründige Insights zu liefern. [www.interconnectionconsulting.com]