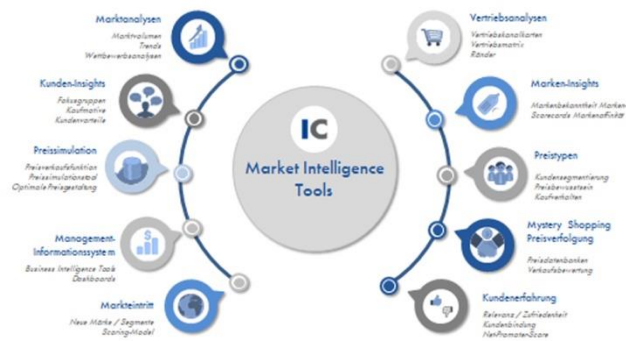


Post-Corona-Webinare

KUNDEN & MÄRKTE IN ZEITEN VON CORONA

Market Intelligence Tools für Ihren Weg aus der Krise



Get InterConnected
Post-Corona-Webinare

Kunden & Märkte in Zeiten von Corona

Market Intelligence Tools für Ihren Weg aus der Krise

Die gegenwärtige Krise hat unser gesellschaftliches und wirtschaftliches Leben durcheinandergewürfelt wie lange zuvor nichts. Als Marktforschungs- und Marketinginstitut ist es uns ein Anliegen unseren Kunden und interessierten Unternehmen Einblicke in unsere Einschätzungen zu geben und Sie zeitgleich in Ihren Strategien und Reaktionen auf die gegenwärtige Krise bestmöglich zu unterstützen. Unseren Pool an Market Intelligence Tools haben wir dazu überarbeitet. Nun stellen wir Ihnen die wichtigsten daraus als Teil einer unternehmerischen Strategie in der Antwort auf die Krise vor:

Dazu bieten wir fünf Webinare, im Umfang von 30-40min zu den Themen **Kundenverhalten & Kaufmotive** (B2B & B2C) | **Märkte im Wandel** | **Digitale Vertriebsrevolution & Pricing & Selling** in Zeiten von Corona, an. Kompakt, interaktiv und in vier aufeinander folgenden Wochen präsentiert. Die Webinare informieren Sie über unsere Angebote und sind **kostenlos**. Hier nun eine kurze Zusammenfassung der Inhalte, gereiht nach Erscheinungsdatum, auf den darauf folgenden Seiten dann detailliertere Informationen.

PRICING & SELLING

07.07
10.00

Ausgehend von der Kaufkraftkrise die zu einem veränderten Konsumverhalten ab dem Corona Lock-Down Mitte März führte, zeigen wir hier, wie Sie Ihr Pricing & Selling bestmöglich am Kundennutzen orientieren und damit in Folge gewinnmaximierend agieren. Der klassische Weg der Rabatte greift nicht nur zu kurz, sondern schädigt auf längere Sicht Kunden und Unternehmen und verlängert die Krise, statt das System anzukurbeln. Welche alternativen Wege wir empfehlen zeigen wir in diesem Webinar.

Pricing & Selling in Zeiten von Corona

Ausgehend von der Kaufkraftkrise die zu einem veränderten Konsumverhalten ab dem Corona Lock-Down Mitte März führte, zeigen wir hier, wie Sie Ihr Pricing & Selling bestmöglich am Kundennutzen orientieren und damit in Folge gewinnmaximierend agieren. Der klassische Weg der Rabatte greift nicht nur zu kurz, sondern schädigt auf längere Sicht Kunden und Unternehmen und verlängert die Krise, statt das System anzukurbeln.

In diesem Webinar zeigen wir Ihnen Tools, die Ihnen zeigen sollen:

- Wie Kunden auf Preise jetzt reagieren und sich das Kundenverhalten geändert hat
- Wie man die Auswirkungen von Preisänderungen antizipieren kann
- Wie der Vertrieb mit der neuen Situation umgehen soll



LEITUNG
Dr. Frederik Lehner



WANN: 07.07.2020 – 10 UHR
DAUER: ca. 40 Minuten

**ZUR
ANMELDUNG**