

Post-Corona-Webinare

KUNDEN & MÄRKTE IN ZEITEN VON CORONA

Market Performance Tools für Ihren Weg aus der Krise



Get InterConnected
Post-Corona-Webinare

Kunden & Märkte in Zeiten von Corona

Market Performance Tools für Ihren Weg aus der Krise

Wirtschaft und Gesellschaft sind nach Corona auf Jahrzehnte anders als zuvor. Eine neue Welt, braucht neue Strategien um nach der Krise rasch wieder Kunden erfolgreich anzusprechen. Dazu haben wir eine Market Performance Toolbox entwickelt, die Market Intelligence und Behavioural Economics Tools verbindet.

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.

KUNDENVERHALTEN & KAUFMOTIVE | B2C & B2B

16.06
10.00

17.06
10.00

Die Corona Krise hat die Kaufmotive in manchen Bereich drastisch geändert: Langsame Veränderungen, die sonst über Jahre gehen, haben sich in wenigen Wochen vollzogen und eine Kundenansprache, die im März hip war, kann jetzt verstörend wirken. Was sich nicht geändert hat, ist das Faktum, dass immer noch zu viele Unternehmen mit wenig brauchbaren expliziten Fragebatterien versuchen, die Motive Ihrer Kunden zu erforschen und so sozial erwünschte Antworten erhalten, die eine effiziente Kundenansprache verhindern.

Da es hier große Unterschiede von B2B und B2C gibt, zeigen wir Ihnen den Motivwandel und die Tools diesen richtig zu erkennen in zwei separaten Webinaren..... Nach diesem Webinar wissen Sie, wie Sie jene Motive identifizieren können, die Ihre Kunden nach Corona antreiben.

Konsumentenverhalten Post-Corona B2C

In diesem Webinar zeigen wir, welche Auswirkungen die Krise, die mehrheitlich alle Ebenen unseres Daseins beeinflusst, auf das Kundenverhalten hatte und weiterhin hat. Wir alle erinnern uns der teils absurd anmutenden und dennoch zutiefst menschlichen Reaktionen, wie etwa der Panikkäufe. Das Spannungsfeld reicht aber weiter: Die Folgen des Social Distancing führten zu Entfremdung, der Schwierigkeit Vertrauen aufzubauen und in einer Umkehrfolge zur Rückbesinnung auf eben genau jene Werte. Fairness und Risikomeidung erleben seither einen Aufschwung. Dazu zählen die Anfeindungen gegen Amazon oder die offen gelebte Aufruhr hinsichtlich des Verkaufs von Fake-Masken.

Effektive Wege zur Messung von Kaufmotiven & Preisbereitschaft, damit Sie Ihre Kunden in diesen besonderen Zeiten gut erreichen, stehen im Zentrum unseres Webinars:

- **Preismotive & Preistypen:** Welche Ausprägungen gibt es & wie lassen sie sich messen
- **Conjoint Analyse | Preissimulationstool:**
Die Preisbereitschaft der Kunden ermitteln. Wieviel sie bereit sind für einzelne Produktmerkmale (Marke, Features, Zusatzleistungen, etc.) zu bezahlen
- **Reaktionszeitmessung:** Implizite Analysen zur Optimierung von Produkten und Sujets



LEITUNG
Mag. Panorea Kaskani



WANN: 16.06.2020 – 10 UHR
DAUER: ca. 40 Minuten



Kundenverhalten Post-Corona B2B

In diesem Webinar zeigen wir die Auswirkungen der Krise auf das Kundenverhalten im B2B Sektor und setzen Schwerpunkte beim Preisbewusstsein und den Kaufmotiven. Unternehmen sind durch die Krise unterschiedlich stark betroffen: Für Kunden und Unternehmen ist es in dieser Situation wichtig, dass statt auf den Abverkauf der Bestände zu setzen, auf die Ausprägung der Preismotive geachtet wird. Wir zeigen relevante Faktoren zur Einschätzung der Lage: Was verlangen Einkaufsentscheidungsträger in Zeiten von Corona & worauf müssen sich die Unternehmen einstellen? B2B-Kunden verlangen schnelle und effiziente Prozesse: Da sich die Nutzenvorstellungen verändert haben gilt es Kaufmotive mit geeigneten Verfahren (B: Online Fokus Gruppen) explorativ zu erfassen.

Effektive Wege zur Messung von Kaufmotiven & Preisbereitschaft, damit Sie Ihre Kunden in diesen besonderen Zeiten gut erreichen, stehen im Zentrum unseres Webinars:

- **Preismotive & Preistypen:** Welche Ausprägungen gibt es & wie lassen sie sich messen
- **Conjoint Analyse | Preissimulationstool:**
Die Preisbereitschaft der Kunden ermitteln. Wieviel sie bereit sind für einzelne Produktmerkmale (Marke, Features, Zusatzleistungen, etc.) zu bezahlen
- **Online Fokus Gruppen:** Aufdeckung von Bedürfnissen, Motiven und Entscheidungsprozessen



LEITUNG
Mag. Panorea Kaskani



WANN: 17.06.2020 – 10 UHR
DAUER: ca. 40 Minuten

INFORMATION &
ANMELDUNG