

Wettbewerbsposition: Stärke dank Strategie und Sales

Im Wettstreit um Marktposition und Marktanteil gewinnen.

Durchführungen

Daten, Orte

Dieses Seminar wird mehrmals pro Jahr, in der Schweiz und in Deutschland, durchgeführt.

Siehe: www.sgbs.ch/act95

Teile: 1 + 1

Teil 1: Offenes Seminar

Zuerst ein offenes Seminar für einen Teilnehmenden aus Ihrer Unternehmung. 4 Tage.

Teil 2: Firmenspezifischer Workshop

Danach ein 2-Tages-Workshop in St. Gallen. Mit Ihnen, Ihren Mitarbeitenden oder Ihrem Management Team.

Seminarnummer: ACT95

Dauer: 4 + 2 Tage

Gebühr*:

Seminar 1 Person CHF 4'900.-

Workshop bis 6 Personen CHF 7'000.-

* zzgl. gesetzliche MwSt.

Anmeldung unter www.sgbs.ch/act95
oder E-Mail seminare@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Verantwortliche für Strategie und Marktpositionen
2. Geschäftsführer, Leiter bedeutender Geschäftsbereiche und Business Units
3. Corporate Development Manager
4. Oberste Verantwortliche aus Marketing, Verkauf und Vertrieb.

Seminarziele

Dieses Seminar setzt das eigene Unternehmen in einen Bezug zur relevanten Konkurrenz. Die Teilnehmenden lernen, die eigene strategische Position zu analysieren, Handlungsbedarf im Hinblick auf Chancen und Gefahren zu erkennen, darauf aufbauend die optimale Strategie zur Zukunftssicherung für das bestehende Geschäft zu entwerfen und die bestmöglichen Marktpositionen im Geschäft der Zukunft zu planen und aufzubauen.

Konzeption

Jede Unternehmung versucht, attraktive Positionen in gewinnbringenden Märkten zu besetzen.

Dafür ist es nötig, sich intensiv mit dem Markt, der Branchenlogik, den Kunden und mit dem Wettbewerb auseinanderzusetzen.

Oft wird dabei vergessen, dass nicht die Mitbewerber von heute, sondern die potenziellen Wettbewerber, die oft aus einer ganz anderen Branche kommen, die wirklich relevante und gefährliche Konkurrenz darstellen. So ist oft gerade diese zukünftige Konkurrenz das Mass aller Dinge, wenn es darum geht, die richtigen Wettbewerbsstrategien für eine erfolgreiche Zukunft zu entwickeln. Dafür braucht es die richtige Strategie und einen starken Vertrieb.

Marktanteile gewinnen

Die Teilnehmenden an diesem Programm kommen aus Unternehmen mit starkem oder steigendem Wettbewerbsdruck. Sie suchen nach Impulsen, um der Spirale von mehr Wettbewerb und weniger Marge auszuweichen. Teil 1 zeigt die strategischen Möglichkeiten, Teil 2 die besten Konzepte aus Verkaufs- und Kundenmanagement.

Themen

- Die optimale Wettbewerbsstrategie
- Der Stellenwert guter Marktpositionen
- Branche und Wettbewerb
- Rentable Marktpositionen in attraktiven Märkten
- Das Portfolio des bestehenden Geschäfts
- Das Portfolio an Neugeschäften
- Was erfolgreiche Marktpositionen auszeichnet
- Welche Marktpositionen wirklich gewinnbringend sind
- Welche Marktpositionen gemieden werden sollten
- Die Unternehmens- und Geschäftsstrategien
- Instrument und Methodik zur Bestimmung der gewollten Marktpositionen
- Mit der richtigen Wettbewerbsstrategie zum Erfolg
- Die eigenen Vorteile in Verkauf und Vertrieb umsetzen
- Verkaufsmanagement
- Wirkungsvolles Kundenmanagement
- Kundenpotentiale nutzen
- Kundenverlust vermeiden
- Neue Kunden gewinnen