

Neue Marktpositionen aufbauen

Inhouse Durchführung

Seminarnummer: INH802

Dauer: 4 Tage, nur firmenspezifisch

Ort, Termin: zu vereinbaren

Sprache: wahlweise Deutsch oder Englisch

Projektanfrage: Bitte verlangen Sie ein massgeschneidertes Angebot für ein firmenspezifisches Projekt unter: www.sgbs.ch/inh802

Beratung und Infos:

Telefon: +41 71 225 40 80

Mail: inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Führungskräfte und Spezialisten aus Bereichen, die einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg am Markt leisten: aus Entwicklung, Produktmanagement, Marketing, Research, kunden- und verkaufsnahen Bereichen, aus Funktionen rund um Markt, Marktfolge, Ländermanagement, Markenmanagement.

Nutzen

Das Seminar richtet sich an all jene, die eine wichtige Aufgabe bei der Suche nach neuen Geschäften und/oder beim erfolgreichen Auf- und Ausbau von Marktpositionen innehaben oder übernehmen.

Konzept

Wie wird aus einer Geschäftsidee ein gutes Geschäft? In diesem Seminar lernen Sie, eine Geschäftsidee zu beurteilen, ein Business Modell zu entwickeln, Machbarkeit zu prüfen und den Prozess von der Idee bis zum Markteintritt mit anschliessendem Marktaufbau zu gestalten.



Themen

Marktpotenzial-Analyse

- Die wirklichen Potenziale aufspüren
- Markt, Marktteilnehmer, Kundenbedürfnisse, Kundennutzen

Erfinden des neuen Geschäfts

- Business Development: Erfinden zukünftiger Kundenbegeisterung
- Innovation: Mehrwert bieten

Gestalten des Geschäftsmodells

- Wie ein überzeugendes Geschäftsmodell gestaltet wird
- Business-Profilung: Das zukünftige Geschäft präzise abbilden

Organisations-Struktur

- Die eigene Organisation auf Innovation, Kundennähe und Schlagkraft am Markt ausrichten
- Anforderungen des Marketings an eine optimale Organisations-Struktur

Marketing-Strategie

- Zielgruppen und Kundensegmentierung
- Positionierung
- Branding: Aufbau der Marke
- Führen der Marke

Strategien zum Leistungsangebot

- Produkt und Produktlinien-Strategien
- Serviceangebote

- Solutions: Vom Produkt zur kundenspezifischen Lösung

Preisstrategien

- Preisbildung, vom Markt und Kundennutzen ausgehend
- Preisflexibilität dank Wettbewerbsvorteil
- Premium- und Luxus-Pricing versus Kampfpreise
- Innovative Preisstrategien

Kommunikations-Konzepte

- Die Entwicklung der zentralen Botschaft
- Die Wahl der besten Kommunikationskanäle
- Social Media und Zukunftsformen der Kommunikation

Marktbearbeitung und Distribution

- Innovation auch in den Vertriebswegen
- Die wirkungsvollsten Verkaufsprozesse gestalten
- Wettbewerbsvorteile dank Verkaufsmangement

Marktpositionen im Wettbewerb

- Rentable Marktpositionen
- Marktpositionen aufbauen, verteidigen, ausbauen
- Wettbewerbsstrategien

Inhouse-Anfrage

Planen Sie eine firmenspezifisches Seminar? Ein massgeschneidertes Management Programm? Brauchen Sie einen engagierten Partner für Management Development oder Talententwicklung? Oder geht es darum, die Kompetenz unserer Business School für einen Workshop mit Vorständen, Geschäftsführern und Executives zu nutzen? Oder unsere

Consultants dafür einzusetzen, Ihre zentrale Welt-Strategie in 100 Ländern gemeinsam mit dem lokalen Management umzusetzen: Vom 1-Tages-Workshop bis zum mehrjährigen Projekt:

Die St. Gallen Business School ist Ihr Partner für anspruchsvolle firmenspezifische Projekte. Lokal. National. Global.

Wir sind für Sie da!



Christian Abegglen
Dr. oec. HSG
Präsident des Verwaltungsrates der St. Galler Business School



Andreas Rippberger
Dipl. Betr.-Wirt.
Director Consulting Spezialist für Strategie und Umsetzung



Markus Müllner
Dr. oec. HSG
Director Corporate Programs Spezialist für Führung 4.0 und Strategie



Robert Neumann
ao. Univ. Prof. Dr.
Wissenschaftliche Leitung MBA-Studiengänge der St. Galler Business School

Inhouse Anfrage

Wir sind an einer Zusammenarbeit mit der St. Gallen Business School im Bereich eines firmenspezifischen Projekts interessiert und bitten um Ihre Kontaktaufnahme. Anfrageformular im Internet: www.sgbs.ch/inhouse-anfrage

Angaben zur Durchführung

Programm

Hierarchische Stufe/Funktionen der Teilnehmer

Nummer

Gewünschter Durchführungszeitraum

Gewünschte Seminarsprache

Voraussichtliche Anzahl Teilnehmende

Angaben zur Kontaktperson

Firma

Anzahl Beschäftigte

Anrede

Strasse, Nummer

Vorname

PLZ

Name

Ort

Titel (nur wenn gewünscht)

Land

Abteilung

E-Mail Kontaktperson

Funktion

Telefon Kontaktperson

Was sagen unsere Kunden?

«Besonders hervorheben möchte ich dabei die konsequente Ausrichtung der Lehrmethoden an der Selbstbefähigung der Seminarteilnehmer.»



WITTENSTEIN

Dr. Manfred Wittenstein



«Die Trainings wurden inhaltlich sehr praxisnah gestaltet, darüber hinaus sind firmeninterne Inhalte mit eingeflossen. Daraus entstand ein hoher Umsetzungstransfer, der anhält.»



Annette Lampe, Verantwortliche für die Durchführung des Management Development Programmes bei ALTANA Chemie AG



«Yes, excellent. In all cases, we had a very good mix of pragmatic people who possessed both good theoretical background and solid real world experience.»



Robert Crooker,
Senior Vice President Product Strategy
Heidelberg Druckmaschinen AG



«Insgesamt erzielten wir sehr gute Ergebnisse, die sich in überdurchschnittlichen Feedback-Werten widerspiegeln aber auch an der intensiven Nachfrage seitens der Mitarbeiter.»



Andrea Fichtelmann,
Field Readiness Managerin BMO
Microsoft Deutschland GmbH

