

Anmeldung

Direkt über unseren Online-Shop

www.bayern-innovativ-workshops.de/vertrieb



> Anmeldeschluss

14. November 2019

> Teilnahmebeitrag

Inkl. Dokumentation, Imbiss und Erfrischungsgetränke
Wirtschaft | Forschungsorganisation € 450,-
Partner Cluster Energietechnik,
Neue Werkstoffe, Automotive € 360,-
Alle Preise zzgl. 19 % MwSt.

> Teilnahmebedingungen

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung an Ihre E-Mail-Adresse. Die Rechnung wird separat an Ihre Postadresse versendet. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebeitrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebeitrag fällig. Eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers ist nach Absprache möglich. Bayern Innovativ behält sich unvermeidliche Programmänderungen vor.

Veranstaltungshinweise

www.bayern-innovativ-workshops.de/vertrieb



> Tagungsort

Hotel Victoria,
Königstraße 80, 90402 Nürnberg

> Tagungszeit

Donnerstag, 21. November 2019
09:00 - 17:30 Uhr Workshop

> Anfahrt

www.bayern-innovativ-workshops.de/vertrieb

> Konzeption und Organisation

Bayern Innovativ GmbH
Cluster Energietechnik
Am Tullnaupark 8, 90402 Nürnberg
Doris Schneider
T +49 911 20671-357
schneider@bayern-innovativ.de
www.bayern-innovativ.de



Durch den Cluster Energietechnik intensiviert Bayern Innovativ die Zusammenarbeit von Unternehmen untereinander sowie mit der Wissenschaft. Als Partner profitieren Sie von einer sich stetig weiterentwickelnden Cluster-Kompetenz. Branchen- und technologieübergreifend vernetzt können Sie leichter neue Märkte und Geschäftsfelder erschließen – bayernweit, national und international.



vom neuprodukt zum markterfolg:
marketing- und vertriebsstrategien
zielgerichtet entwickeln, umsetzen
und kontrollieren

Workshop



Hotel Victoria
Nürnberg, 21. November 2019

bayern innovativ





Themengebiete

Inhalt des Workshops ist der gesamte Ablauf zur Vermarktung von Neuprodukten: von der Situationsanalyse und Prognose über die inhaltliche Positionierung und Zieldefinition, die Ableitung und operative Ausarbeitung von Marketing- und Vertriebsstrategien bis zur Implementierung und Steuerung.

Theoretische Inhalte und konkrete Methoden werden an anschaulichen praktischen Beispielen dargestellt und auf Teilnehmerbeispiele übertragen. Spezielle Interessen und Fragen der Teilnehmer werden berücksichtigt.

- > Interne und externe Situationsanalyse
- > Marktprognose und Szenarien
- > Inhaltliche Positionierung im Kunden- und Wettbewerbsgeflecht
- > Zieldefinition und -priorität analog der Oberziele „Wachstum“, „Rentabilität“ und „Sicherheit“
- > Formulierung von Marketing- und Vertriebsstrategien für Neuprodukte
- > Operative Ausarbeitung der Marketing- und Vertriebsstrategien
- > Instrumente und Methoden Produkt & Dienstleistung
- > Instrumente und Methoden Preis & Konditionen
- > Instrumente und Methoden Verkauf & Kommunikation
- > Implementierung und Steuerung

Wichtige Informationen

WORKSHOPLEITER:	Oliver Vollrath
DAUER DES WORKSHOPS:	1 Tag
BEGINN:	09:00 Uhr
ENDE:	17:30 Uhr
PREIS:	450,00 € + 19 % MwSt.
VERANSTALTUNGSORT:	Hotel Victoria, Nürnberg

Ziele & Vorteile

Ziele

- > Überblick über Vorgehen, Instrumente und Methoden zur Vermarktung von Neuprodukten
- > Transfer von Instrumenten und Methoden in die Unternehmenspraxis
- > Interaktive Diskussion und reger Austausch in der Gruppe

Vorteile

- > Vermitteln einer zielorientierten Vorgehensweise
- > Viele Praxisbeispiele von kleinen und mittleren Unternehmen
- > Praktische Übungen an eigenen Fragestellungen
- > Eingehen auf Teilnehmererwartungen

Zielgruppe

- > Geschäftsführung von kleinen und mittleren Unternehmen
- > Führungskräfte aus den Bereichen Business Development, Vertrieb, Marketing und Entwicklung (F&E)
- > Produkt-/Innovationsmanager und Projektleiter mit der Aufgabe, ein Neuprodukt erfolgreich zu vermarkten

Inhalte

Die Vermarktung von Neuprodukten sollte mit System und unter konkreter Zielorientierung erfolgen, um Ressourcen effizient einzusetzen und die Erfolgsquote möglichst hoch zu halten.

Die Praxis sieht allerdings oft anders aus. Etablierte Produkte werden substituiert werden, obwohl Markt und Technik noch nicht „reif“ für das Produkt sind. Fehlende Erfahrungswerte erschweren es, den richtigen Leistungsumfang, Preis und Vertriebsweg zu definieren.

Unsicherheit und Ungeduld gepaart mit anfänglichem Misserfolg führen dann oft zu einem von „Aktionismus“ getriebenen, wenig zielorientierten und planlosen Handeln in Marketing und Vertrieb.

Der Workshop gibt Ihnen einen umfassenden Überblick zum Vorgehen und hilft Ihnen, die Gefahr des „Verzetteln“ zu vermeiden.

Alle vorgestellten Instrumente und Methoden sind an den Bedürfnissen von kleinen und mittleren Unternehmen ausgerichtet und werden an Praxisbeispielen und konkreten Fragestellungen der Teilnehmer eingeübt.

Das erlernte Wissen können Sie so einfach in das eigene Unternehmen übertragen.