



# Strategisches Preismanagement im B2B und B2C

## Methoden und Instrumente des Preismanagements für nachhaltige Gewinnsteigerung

*Preismanagement/Pricing ist für viele Unternehmen in B2B wie auch B2C Märkten der wichtigste, allerdings auch der am wenigsten genutzte Hebel zur Ergebnisverbesserung.*

*Welche Methoden und Instrumente setzen führende Unternehmen im Preismanagement ein? Welche Rolle spielen dabei Marktsegmentierung und Produktdifferenzierung? Wie lassen sich die Ergebnisse nachhaltig steigern?*

*Tools und praxisbewährte Arbeitsweisen für den Erfolg Ihres Unternehmens stehen im Mittelpunkt dieses Marketing Seminars.*

### Was Sie in diesem Seminar erreichen

#### Sie lernen

- aktuelle und praxisbewährte Tools des Preismanagements kennen
- wie führende Unternehmen kundenwertorientiertes Preismanagement betreiben und gewinnoptimale Preise bestimmen
- wie Sie den Kundenwert und die subjektive Zahlungsbereitschaft in B2B und B2C Märkten quantifizieren können
- welche Fehler beim Preismanagement zu Gewinnerosion führen
- wie Sie die Anreizsysteme und Vergütungssysteme im Verkauf und im Key Account Management für profitables Preismanagement untersuchen und erfolgreich verändern können
- wie Sie Preiscontrolling nutzen können
- wie Sie Widerstände bei der Umsetzung erfolgreich vorwegnehmen und überwinden können

#### Zielgruppe

- Mitglieder der Geschäftsführung, General Manager
- Leiter Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und von Business Units
- Produktmanager, Marketing Manager, Pricing Manager, Key Account Manager
- Sales Manager
- Controller
- Marktforscher

#### Inhalte

##### 1. Tag

- **Strategisches Preismanagement**
  - Preismanagement – der neue strategische Imperativ
- **Erfolgreiche Methoden des Preismanagements für B2B und B2C Märkte**
  - In welchem Verhältnis stehen Kosten und Zahlungsbereitschaft in B2B und B2C Märkten?
- **Kundenwertorientiertes Preismanagement (Customer value-based pricing)**
  - Wie führende Unternehmen Kundenwert schaffen und Preise danach bestimmen
  - Best Practice-Fallbeispiele in B2B und B2C Märkten

#### • Umsetzung von Pricing-Strategien: der Blickpunkt von B2B Einkäufern

##### 2. Tag

- **Der Prozess des Strategischen Pricing**
- **Strategische Differenzierung und Schaffung von Kundenwert**
- **Tools zur Messung von Kundenwert**
- **Was ist Preiselastizität?**
- **Strategisches Preismanagement und die Rolle des Vertriebs**
- **Preiscontrolling und Monitoring von Preisen**
- **Praxisreferat: Strategisches Preismanagement bei der VSM AG**
  - Wie ein mittelständischer Weltmarktführer kundenwertorientiertes Preismanagement betreibt
  - Tipps zur erfolgreichen Umsetzung von Preismanagement
- **Zusammenfassung und Umsetzung der wichtigsten Erkenntnisse**
  - Die 11 Merkmale von Pricing-Champions
  - Wie lassen sich die erarbeiteten Ergebnisse gezielt umsetzen?

#### Methoden

- **Trainer-Input**
- **Praktische Beispiele aus verschiedenen Unternehmen/Branchen aus dem B2B und B2C Bereich**
- **Gruppenarbeiten**
- **Fallstudien**
- **Diskussion und Erfahrungsaustausch**

**Profitieren Sie von der Erfahrung eines Experten: Ein Praxisreferat verschafft Ihnen tiefe Einblicke in professionelles Preismanagement!**

**Dieses Seminar wird in Kooperation mit HINTERHUBER & PARTNERS durchgeführt.**

- **Trainer/Referent**  
Dr. Andreas Hinterhuber

- **Dauer**  
2 Tage

- **Beginn/Ende**  
1. Tag 10:00 bis 18:00 Uhr  
2. Tag 09:00 bis 17:00 Uhr

- **Termine/Orte**
  - 22. – 23. Februar 2011  
Düsseldorf, NH Düsseldorf City
  - 11. – 12. Juli 2011  
Nürnberg, Wöhrdsee Hotel Mercure
  - 24. – 25. November 2011  
München, ACHAT Premium Hotel Hotel München-Süd

- **Ihre Investition**  
1.450 € (zzgl. MwSt.)

- **Code MA 36**

- **Anmeldung/Informationen**  
Internet [www.naa.de](http://www.naa.de)  
Telefon ++49.911.91 97 69-0  
Fax ++49.911.91 97 69-20  
(Anmeldefax hinten im Katalog)

- **Inhouse-Seminar**  
Maßgeschneidert auf Ihren Bedarf.  
Sprechen Sie mit uns! (vgl. Seite 25)

**Trainer/Referent (s. Seite 58/59)**



Dr. A. Hinterhuber