

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 strategisches Preismanagement in Ihrem Unternehmen verankern und dadurch kurzfristig den Gewinn Ihres Geschäftsbereichs oder Ihres Unternehmens steigern

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**
- **Fallstudie und Praxisreferat: Strategisches Preismanagement in der deutschen Werkzeugindustrie**
 - Referent: Marc Zenses, Pricing Manager bei einem deutschen Industriegüterunternehmen
 - 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**
 - 24. – 25. November 2011
Hallbergmoos/München, Mövenpick Hotel München-Airport
 - 01. – 02. März 2012
Frankfurt, relexa hotel Frankfurt a.M.
 - 18. – 19. Juli 2012
München, Courtyard by Marriott Munich City Centre
 - 15. – 16. November 2012
Regensburg, Mercure Hotel Regensburg

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

- **Code MA 36**

- **Anmeldung/Informationen**
Internet 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 31)

Trainer/Referent (s. Seite 58/59)



Dr. A. Hinterhuber