



Workshop: Produkteinführung mit Erfolg

Leitfaden zur Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für neue Produkte & Dienstleistungen

Dauer: 2 Tage

Teilnehmer: optimal 8, maximal 12

Ziele: In diesem interaktiven Workshop lernen die Teilnehmer an Hand von Beispielen aus der Berufs- & Beratungspraxis des Trainers die Dont´s & Do´s die relevant sind für die erfolgreiche Einführung & Vermarktung eines neuen Produkts, dabei werden alle 4 Bereiche des Marketingmix praxisorientiert berücksichtigt und gemeinsam Checklisten zur Vorbereitung & Durchführung der Produkteinführung entwickelt.

Inhalte: KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

- ✓ Auswertung der Wettbewerbssituation vergleichbarer Produkte
- ✓ Analyse der USP´s inklusive werblicher Aufbereitung
- ✓ Entwicklung von CI, Produktfolder, Produktoptik und Homepage
- ✓ Benennung von Pilotprojekten/Showpieces
- ✓ Entwurf redaktioneller Artikel für Fachzeitschriften
- ✓ Entwicklung eines Handbuchs & einer Dokumentation
- ✓ Öffentlichkeitsarbeit (Arbeit mit ISO, Beratern, EK-Verbänden, Lobbyarbeit)
- ✓ Bestimmung der Werbemittel & des Budgets (zum Beispiel Herstellung eines Werbevideo)
- ✓ Entwicklung eines Mediaplans
- ✓ Entwicklung einer Markenstrategie
- ✓ Produktklinik & Kundenforen entwickeln
- ✓ Planung Messeteilnahmen, Hausmessen, „Days for Businesspartners“

DISTRIBUTIONSSTRATEGIE

- ✓ Wahl von Absatzkanal & Vertriebsgebiet
- ✓ Systematische Gebietsbearbeitung/CRM
- ✓ Entwicklung Provisionssystem
- ✓ Wahl von Absatzfinanzierung, -Leasing, -Miete, Servicevertrag
- ✓ After Sales Strategie
- ✓ Aufbau Servicenetz/Partner/Schulung Partner

PREISSTRATEGIE

- ✓ Kredit- & Leasingbedingungen (Sonderzins, Restwertsubv.)
- ✓ Rabatte, Boni, Skonti
- ✓ Liefer- und Zahlungsbedingungen
- ✓ Zugaben (Gutscheine, Garantieverl., Full Service „all in“)
- ✓ Preisfindung & Preiskalkulation
- ✓ Festlegung der Preispolitik
- ✓ Preisstrategie des Unternehmens

PRODUKTSTRATEGIE

- ✓ Analyse der Wettbewerbsprodukte
- ✓ Endgültige Festlegung des Produktkonzepts
- ✓ Wertanalyse
- ✓ Innovationsmanagement & TRIZ
- ✓ Festlegung des Produktnamens, der Produktgruppe
- ✓ Wahl der Produktvielfalt, Anzahl Typen etc.
- ✓ Aufbau Reklamations- & Beschwerdemanagement

Methoden: Lehrvortrag, Lehrgespräch, Diskussion, Gruppenarbeit, Einzelarbeit

ACQUISIO

INSTITUT FÜR VERTRIEBS- & FÜHRUNGSKOMPETENZ

Inhaber: Dipl.-Ökonom Jürgen Flock

Jérômeweg 5, 31542 Bad Nenndorf; Tel.: 05723/980747; Fax: 05723/980746; E-Mail: info@acquisio.de;

Mobil: 0171/9906918; Web: www.acquisio.de