

Markteinführung neuer Produkte

2-tägiges Seminar

So setzen Sie Ihren Produkt-Launch von A-Z professionell um

Um was es geht

Der nachhaltige Erfolg eines Produkt-Launches hängt von entscheidenden Faktoren ab. Nur, wenn Ihre Markteinführung systematisch geplant ist, die optimalen Vertriebskanäle gewählt, ein effektiver Marketing-Mix entwickelt und die richtige Preisstrategie eingesetzt wird, wird sie ein voller Erfolg! Wie können Sie dabei die Wirksamkeit und den Vermarktungserfolg Ihrer Produkte steigern und Ihre Marktposition verbessern?

So wird Ihre Neuprodukteinführung ein voller Erfolg! Nutzen Sie dieses Intensiv-Seminar und lernen Sie, wie Sie gerade jetzt Ihre Kunden überraschen und neue Märkte erschließen. Verfeinern Sie Ihre strategischen und operativen Marketing- und Methodenkenntnisse, um Ihre Markteinführung zu einem vollen Erfolg zu führen! Die Experten geben Ihnen einen konkreten Leitfaden für die erfolgreiche Produkteinführung an die Hand!

Zielgruppen

Dieses Intensiv-Seminar richtet sich an Produktmanager, Neuproduktmanager und Projektmanager Neue Produkte sowie an Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Produktmanagement, Produktentwicklung, Marketing, Markenmanagement, Marktforschung, Marketingkommunikation, Werbung und Vertrieb, die für die Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte verantwortlich sind.

Ihr persönlicher Nutzen

Sie erlernen und diskutieren:

- wie Sie die Markteinführung professionell vorbereiten und umsetzen können
- wie Sie Innovative Preisstrategien nutzen.
- wie Sie den Vermarktungserfolg Ihrer Produkte steigern.
- wie Sie Ihre Marketing-Mix-Instrumente effektiv für den Produkt-Launch kombinieren.
- wie Sie mit Multi-Channel-Management erfolgreich den Vertrieb des Neuprodukts pushen.



Erfolgreiche Markteinführung neuer Produkte: So setzen Sie Ihren Produkt-Launch von A-Z professionell um (2 Tage)

Hier lernen Sie

- wie Sie die richtigen quantitativen und qualitativen Ziele für Ihren Produkt-Launch festlegen!
- mit geeigneten Analyse-Methoden und Instrumenten Ihr Portfolio, den Markt und Ihre Kunden durchleuchten!
- einen effektiven Marketing-Mix für Ihre Produkte entwickeln!
- die richtigen Vertriebskanäle für Ihr neues Produkt auswählen!
- Ihr neues Produkt optimal positionieren!
- Kundennutzen orientierte Preisstrategien einsetzen!
- den Produkt-Launch erfolgreich abwickeln!

Inhalt

Entscheidungen vor der Planung der Produktneueinführung

- Ziele der Einführung von Neuprodukten
- Belastung der Produktionskapazitäten

Vor-Ab-Check von Erlösen und Aufwendungen

- Ermittlung von: Rentabilitäten, Deckungsbeiträgen, Liquiditätsbelastungen, Break-Even-Berechnungen
- Was bringt das Neuprodukt für das Unternehmen qualitativ?

Besetzung neuer Märkte

- Aufbrechen von starren Marktverhältnissen
- Produktlebenszyklen bestehender Produkte
- Produktpositionierung im Hinblick auf eigene und Wettbewerbs-Sortimente
- Ist das Neuprodukt kundenorientiert?
- Ermittlung von Kundenwünschen und Kundenbedürfnissen

Festlegung von quantitativen und qualitativen Zielen: Umsatz-, Kosten-, Deckungsbeitrags- und Marktanteils-Ziele

- Auslastung von Kapazitäten
- Vervollständigung des Sortiments
- Sind alle benötigten Marktdaten bekannt?
- Woher bekommt man Informationen über Marktentwicklungen und Konkurrenz?
- Marktforschung ohne extremen Kostenaufwand
- Wie soll sich das Neuprodukt über die Zeit entwickeln?
- Produktstrategien: Abwehr von Konkurrenz-Aktivitäten
- Entwicklung des Neuprodukts im Lebenszyklus
- Preisbildung unter Wettbewerbs- und Deckungsbeitragsgesichtspunkten
- Festlegung von Rabatten und Sonderkonditionen
- Über welchen Absatzweg soll das Neuprodukt vertrieben werden?



Erfolgreiche Markteinführung neuer Produkte: So setzen Sie Ihren Produkt-Launch von A-Z professionell um (2 Tage)

... Inhalt

Nutzung bestehender und Entwicklung neuer Vertriebsformen

- Anreizsysteme für den Außendienst
- Pull- und Push-Strategien

Werbung

- Soll Werbung für das Neuprodukt stattfinden – oder reicht der PR-Effekt Ihres Unternehmens?
- Planung des Werbebudgets
- Bestimmung der relevanten Zielgruppen
- Werbung, PR, Sales-Promotion bei Beachtung von Käufer- und Investorverhalten
- Werbung in neuen Medien

Neuprodukteinführung

- Zielsetzung
- Marktanalyse und Positionierung des neuen Produktes im Wettbewerbsumfeld
- Formulierung des Marketing-Mix
- Maßnahmenpaket zur Einführung des neuen Produktes

Markt-Segmentierung: Der Anfang der Vermarktung

- Wie lassen sich Nachfrager zu Segmenten zusammenfassen?
- Kriterien der Segmentierung
- Mit welchen Methoden gelingt die Identifizierung von Segmenten?

Produkt-Positionierung: Die Umsetzung der Markt-Segmentierung

- Warum muss ein Produkt positioniert werden?
- Was wird positioniert – das Produkt oder die Marke?
- Wie lässt sich die Multidimensionale Skalierung (MDS) zur Produktpositionierung nutzen?
- Was ist bei der Positionierung neuer Produkte zu tun?
- Wie lassen sich eingeführte Produkte umpositionieren?
- Launch vs. Relaunch

Vom Produkt zur Marke

- Marken-Strategien
- Was unterscheidet Produkt und Marke?



Erfolgreiche Markteinführung neuer Produkte: So setzen Sie Ihren Produkt-Launch von A-Z professionell um (2 Tage)

... Inhalt

Pricing

- Kundennutzen als Basis für die Festlegung der Preisstruktur und des Preisniveaus
- Wie sieht ein am Kundennutzen orientiertes Pricing aus?
- Nutzung innovativer Preis-Konzepte
- Wie lassen sich durch unterschiedliche Preise für unterschiedliche Markt-Segmente Preisbereitschaften abschöpfen?
- Welche Preisstrategien dienen der Kundenbindung?

Vertrieb: Der Weg zum Kunden

- Welche Vertriebskanäle passen zur Positionierung?
- Welche Kunden werden mit welchen Kanälen erreicht?
- Die verschiedenen Vertriebskanäle managen: Multi-Channel-Management
- Wie lässt sich der Vertriebserfolg messen und beurteilen?

Methoden

Sie erhalten sofort umsetzbares Praxiswissen für die erfolgreiche Markteinführung Ihrer neuen Produkte. Anhand zahlreicher Übungen und Praxisbeispiele trainieren Sie, wie Sie wichtige Methoden und Tools für einen erfolgreichen Produkt-Launch anwenden, um die Wirksamkeit und den Vermarktungserfolg Ihrer Produkte zu steigern und Ihre Marktposition zu verbessern. Darüber hinaus zeigt der Referent an Praxisbeispielen, wie eine erfolgreiche Markteinführung durchgeführt und welche Hindernisse überwunden wurden!

Teilnahmebescheinigung

Zum Abschluss der Veranstaltung erhalten Sie eine qualifizierte Teilnahmebescheinigung der HCH mit detaillierter Auflistung der vermittelten Seminarinhalte.



Erfolgreiche Markteinführung neuer Produkte: So setzen Sie Ihren Produkt-Launch von A-Z professionell um (2 Tage)

Buchung und Buchungsnummer 2013-04-17-03

Für dieses Seminar können Sie sich direkt anmelden oder es als Inhouse Training buchen.

Einzelanmeldung (Direktanmeldung)

Sie können sich formlos per Fax, Telefon oder eMail unter Nennung Ihres Namens, Adresse und Telefonnummer bei uns mit der oben genannten Buchungsnummer unverbindlich anmelden. Sie erhalten umgehend eine Bestätigung Ihrer unverbindlichen Buchung sowie alternative Termin- und Ortsvorschläge für die Veranstaltung. Erst nachdem Sie sich für einen der alternativen Termine bzw. Orte entschieden haben wird aus Ihrer unverbindlichen eine verbindlichen Buchung. Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation € 1.395,00. Sollten Sie nicht alleine, sondern mit mehreren Personen an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir ab dem zweiten Teilnehmer 10% Preisnachlass auf die Gesamtsumme. Bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Bei Absagen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn ist die halbe Seminargebühr fällig. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Inhouse Training

Bei der Buchung als Inhouse Training berechnen wir für das zweitägige Seminar € 4.400,00. Hinzu kommen Reisekosten und Auslagen nach tatsächlichem Aufwand, alternativ pauschalisiert. Fahrtkosten mit dem PKW verrechnen wir mit € 0,55 pro gefahrenem km. Die Organisation von Übernachtung und Seminarraum obliegt dem Kunden, ebenso die Stellung der für das Seminar notwendigen Seminartechnik, wie z.B. Flip-Chart, Metaplanwand und Karten, TV, Beamer, Telefonanlage, Videokamera etc. Gerne sind wir bei der Organisation und Vorbereitung behilflich. Die Vervielfältigung der Seminarunterlagen liegt beim Kunden, soweit nichts anderes vereinbart. Gerne übernehmen wir diese Aufgabe auf Selbstkostenbasis, alternativ pauschalisiert. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Heckl Consulting Hamburg

Werderstrasse 58
20149 Hamburg / Harvestehude
Telefon +49 40 4104643
Fax +49 40 448597
info@heckl-consulting.de
www.heckl-consulting.de