Taktisches Pricing

1-tägiges Seminar

Mit taktischem Pricing den Kunden überzeugen



Um was es geht

Für ein erfolgreiches Pricing müssen sowohl der Hersteller als auch der Händler die Erwartungen und die Verhaltensweisen ihrer Kunden kennen.

Austauschbare Produkte mit regelmäßigen Preiskriegen im Konkurrenzmarkt vereinfachen eine vernünftige Preisbildung nicht unbedingt. Auch der Vertrieb stößt mit seinen Angaben zu USP und besserer Dienstleistung an seine Grenzen.

Die Frage, wann, wie und warum und ob überhaupt ein Preis geändert werden sollte stellt sich immer regelmäßiger. Pricing wird zum Kernelement der Unternehmensstrategie.

Dieses Seminar zeigt Ihnen die Wege und Möglichkeiten zu Ihrem erfolgreichen Pricing. Sie lernen, welche Markt-Informationen wichtig sind, welche Abteilungen und Mitarbeiter Sie einbinden müssen und wann sich ein Preiskampf für Ihr Unternehmen lohnt.

Zielgruppen

Dieses Seminar richtet sich branchenübergreifend an alle, die mit der Preisbildung beschäftigt sind.

Ihr persönlicher Nutzen

Diese Seminar hilft Ihnen den Preis nicht als feste Größe aus der Kostenrechnung des Unternehmen zu akzeptieren, sondern den Preis als taktisches Marketing-Instrument anzuwenden.



Taktisches Pricing: Mit taktischem Pricing den Kunden überzeugen (1 Tag)

Hier lernen Sie

- die Unterschiede zwischen Pricing und Preispolitik.
- die wesentlichen Faktoren, die Einfluß auf den Preis nehmen.
- Möglichkeiten der Preispositionierung.
- Alternativen zur Preisdurchsetzung.
- die Probleme, die sich hinsichtlich festgelegter Preisforderungen für Vertrieb und Marketingleistung ergeben.
- · Grundzüge des Preiscontrolling.

Inhalt

Pricing vs. Preispolitik

- Zielsetzung des Pricing: Auswirkungen auf Image bis EBIT
- Wie im Rahmen der Preispolitik Preise errechnet werden: Klassische Methoden
- Erste Ansätze aus dem Pricing-Konzept zur Preisbestimmung

Einflussfaktoren auf den Preis

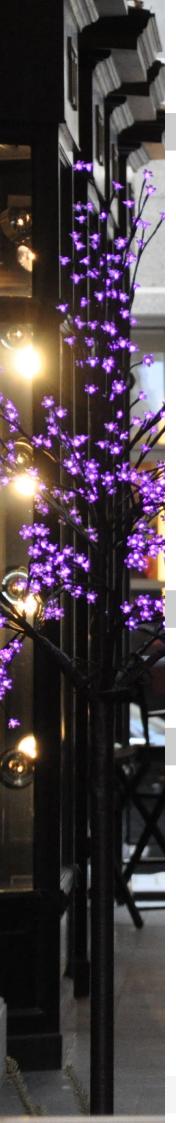
- Preisveränderungen während des Produktlebenszyklus
- Preisoptimierung (Markdown-Optimierung und Taktische Preisoptimierung)
- Skimming und Penetration Pricing-Strategien
- Kunden- und Kundengruppenspezifisches Pricing
- · Die Preiselastizität der Kunden

Taktische Preispositionierung

- Erkennen der Gewinnpotentiale von taktischen Preisen
- Kundennutzen bei unterschiedlichen Preisforderungen: Preispsychologie
- Preisdifferenzierungen: Die gleiche Ware zu unterschiedlichen Preisen
- Angebotsstrategien vs. Preisstrategien
- Konditionen und Konditionensysteme

Begleitende Maßnahmen zum taktischen Pricing durch das Marketing

- Preistest-Konstellationen im Rahmen der Marktforschung
- Einbindung aller Pricing-Taktischen Unternehmensbereiche
- · Steuerung von Kundenverhalten an aktuellen Beispielen
- Innovative Markt- und Preisstrategie
- Konkurrenzorientierte Preisstrategien
- Preisdurchsetzung am Markt



Taktisches Pricing: Mit taktischem Pricing den Kunden überzeugen (1 Tag)

... Inhalt

Durchsetzen von Preisen durch den Vertrieb

- Erfolgreiche Preisverhandlungen: Vorbereitung, Nachbereitung und Hilfsmittel
- Einwandbehandlung: "Zu teuer" und "Bei der Konkurrenz ist es billiger"
- · Preiserhöhungen und Preisanpassungen durchsetzen
- Die 12 Phasen der erfolgreichen Preiserhöhungs-Verhandlung
- · Wie man sich emotional auf "harte" Preiserhöhungs-Gespräche richtig einstellt

Preis-Controlling

- Der klassische Interessenkonflikt: Preis und Vertrieb
- Probleme bei der Preisdurchsetzung: Fehler beim Unternehmen, Fehler beim Vertrieb
- Die richtigen Preise f
 ür jede Vertriebskultur
- Auswirkungen ungeplanter Rabattgewährung: Rabattfallen für Unternehmen, Kunden und Vertrieb
- Analyse der Preisperformance der Außendienstmitarbeiter und abgeleitete Korrekturmaßnahmen
- Vertriebsunterstützung zur Preisdurchsetzung: Mitreise, Coaching, Vertriebstraining, Einbindung des Innendienstes, Argumentationshilfen, Factbooks etc.
- Möglichkeiten und Grenzen der Vertriebssteuerung bei der Durchsetzung zieladäquater Preise
- · Anreizsysteme und Entlohungsmöglichkeiten mit dem Ziel der Preisoptimierung

Methoden

Unsere Experten zeigen Ihnen in Theorie und Praxis, anhand von Vorträgen, vielen praktischen Übungen, worauf es beim taktischen Pricing wirklich ankommt. Profitieren Sie vom Erfahrungsaustausch mit den anderen Seminarteilnehmern. Für Ihren Alltag erhalten Sie konkrete Praxistipps, die Sie gleich umsetzen können.

Teilnahmebescheinigung

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



Taktisches Pricing: Mit taktischem Pricing den Kunden überzeugen (1 Tag)

Buchung und Buchungsnummer 2013-04-17-01

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 eintägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation € 695,00. 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 eintägige Seminar € 2.200,00. 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