

Die besten Tools der Marketing-Analyse

So bestimmen Sie den perfekten Marketing-Mix

Die Themen

- Ihr Unternehmen: Die eigene Position bestimmen
- Der Markt:
Marktforschung und Umweltanalyse
- Konkurrenzanalyse:
Erkenntnisgewinn und Irrtümer
- Der Kunde: Ermittlung der Kundenprofitabilität
- Kommunikation: PR, Werbung und interne Kommunikation
- Die Zukunft: Prognosetechniken und Ideenfindung

Praxisbeitrag:
Corporate Foresight mit
Trends und Szenarien
der Siemens AG

Ihre Referenten



Ronald Heckl
Unternehmensberater und
Geschäftsführer,
Heckl Consulting,
Hamburg



Dr. Ulf Pillkahn
Key Expert für Strategy,
Innovation und Foresight,
Siemens AG,
München

Marketinganalyse: wichtiges Rüstzeug für jeden Marketer

Ziel des Seminars

Durch das Internet und den technologischen Fortschritt haben sich die Möglichkeiten im Marketing vervielfacht. Um mit den vorhandenen finanziellen und personellen Ressourcen den optimalen Marketing-Mix zu finden und umzusetzen, sind fundierte Kenntnisse von Analysetechniken im Marketing unverzichtbar.

In diesem Seminar werden die wichtigsten Methoden diskutiert und vermittelt. Das Spektrum umfasst die im Marketing am häufigsten verwendeten Techniken:

- Methoden der Marktforschung
- Umweltanalyseverfahren
- Kundenbewertungsverfahren
- Konkurrenzanalysetechniken
- Techniken zur Beurteilung der Zukunft

Das Seminar ist dialogorientiert. Viele Interaktionen, Übungen und Fallbeispiele garantieren den Praxisbezug. Zusätzlich berichtet Dr. Ulf Pillkahn von Foresight-Verfahren aus der Unternehmenspraxis von Siemens.

Teilnehmerkreis

Angesprochen sind Marketing- und Verkaufsleiter, sowie Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen strategische Planung, Produktmanagement, Vertrieb, Markt- und Konkurrenzforschung und alle, die sich für moderne Analysetechniken und -methoden im Marketing interessieren.

Ihre Referenten



Ronald Heckl
Unternehmensberater und
Geschäftsführer,
Heckl Consulting,
Hamburg

Herr Heckl war in verschiedenen Positionen in Vertrieb und Marketing für internationale Unternehmen tätig. Danach arbeitete er als Unternehmensberater mit der Spezialisierung auf Post-Merger-Consulting, Supply Chain, Produkt-Neueinführung und -Relaunch, Vertriebsanalyse, Marktausrichtung und Controlling. Er unterrichtet als Dozent für Marketing an der VWA Lüneburg. Herr Heckl ist Geschäftsführer von Heckl Consulting Hamburg und geschäftsführender Gesellschafter der H13 Werbeagentur GmbH.



Dr. Ulf Pillkahn
Key Expert für Strategy,
Innovation und Foresight,
Siemens AG,
München

Dr. Pillkahn ist Berater für Foresight, Innovation und Technologiestrategie bei der Siemens AG. Er leitet das Trend-Monitoring-Programm bei Siemens Corporate Technology. In zahlreichen Foresight-Projekten sowohl für Siemens als auch für andere Unternehmen erwarb er praktische Erfahrung auf dem Gebiet der Prognosetechniken und deren Anwendung in Organisationen. Er war an der Entwicklung des Picture of the Future Konzeptes maßgeblich beteiligt und ist Autor des Foresight-Standardwerks Trends und Szenarien als Werkzeuge zur Strategieentwicklung.

jeweils von 9.00 - 17.30 Uhr

Grundsatzmethoden: direkt aus der BWL-Praxis

- Neue und bewährte Methoden zur Entscheidungsfindung
- Von der Deckungsbeitragsanalyse bis zum KPI
- Das Scoringmodell im Marketing: beliebt und vielseitig

Das Unternehmen: Standortbestimmung und Umweltanalyse

- SWOT: Analyse von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken
- Markt-Portfolioanalyse als Technik aus dem strategischen Marketing
- Analyse der Daten aus Buchhaltung und Kostenrechnung

Der Kunde: Ermittlung der Kundenprofitabilität

- Klassische Kundenanalyseverfahren
- Kunden-ABC-Analyse und Kunden-Portfolio-Analyse
- Kunden-Deckungsbeitragsanalyse
- Cross-Checks im Data-Base-Management

Der Markt: Methoden der Marktforschung

- Wie man Daten gewinnt: Stichproben, Auswahlverfahren, Fragebögen, etc.
- Was aus Daten wird: uni-, bi- und multivariate Datenanalyseverfahren

Die Konkurrenz: Competitive Intelligence

- Sammlung und Auswertung von Konkurrenzdaten
- Konkurrenzanalyse: Erkenntnisgewinn und Irrtümer

Die Kommunikation: PR, Werbung und interne Kommunikation

- Techniken zur Ermittlung und Beurteilung der internen Kommunikation
- Beurteilung der Werbeleistung: Werbeerfolgsprognose und -kontrolle

Die Zukunft: Ideenfindung & Prognosetechniken

- Kreative Ideenfindungsmodelle als Basis für neue Ideen
- Prognosetechniken: von der Regression bis zum Lebenszyklusmodell

Marketingbegriffe, ihre Bedeutung und Anwendung in der Marketinganalyse

Praxisbeitrag: Corporate Foresight mit Trends und Szenarien

Dr. Ulf Pillkahn, Siemens AG

- Corporate Foresight: Fluch und Segen
- Warum der ganze Aufwand? Sinn und Nutzen von Corporate Foresight
- Axiome und Dilemmata auf dem Weg in die Zukunft
- Das Siemens Foresight Instrument: Pictures of the Future
- Praktische Hinweise für die Arbeit mit Szenariotechniken

Anmeldung unter
service@forum-institut.de oder
Fax +49 6221 500-555

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Seminar

Die besten Tools der Marketing-Analyse

Ich bin an weitergehenden Informationen über FORUM-Veranstaltungen interessiert und damit einverstanden, dass mir diese auch per E-Mail übermittelt werden.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Telefon

E-Mail

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

So melden Sie sich an

■ **Anmelde-Hotline: +49 6221 500-501**
■ **Tagungs-Nr. 14 07 562**

■ **Internet:**
www.forum-institut.de

■ **Termin/Veranstaltungsort:**
16.-17. Juli 2014 in Frankfurt
jeweils von 9.00 - 17.30 Uhr
Marriott Hotel
Hamburger Allee 2-10 · 60486 Frankfurt
Tel. +49 69 7955-0 · Fax +49 69 7955-2432

■ **Gebühr:**
€ 1.490,00 (+ gesetzl. MwSt.) inkl. hochwertiger Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat, Arbeitssessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

■ **Zimmerreservierung:**
Für FORUM-Teilnehmer steht ein begrenztes Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen zur Verfügung. Bitte beachten Sie, dass das Kontingent automatisch 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn verfällt. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf das FORUM-Kontingent vor.

Rückfragen und Information

Für Ihre Fragen zum Seminar und zu unserem gesamten Programm stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Michaela Müller
Konferenzmanagerin ReWe/Controlling
Tel. +49 6221 500-845
m.mueller@forum-institut.de

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.12.2011), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.