



Industrielles Marketing für Vertriebsingenieure

Produkt positionieren, Kunden adressieren, Erfolge erzielen

Wen treffen Sie hier?

Vertriebs- und Account Manager*innen im Business-to-Business (B2B) Bereich sowie Mitglieder des Selling Teams (z.B. aus Produktmanagement und/oder Service), die

- zielsicher den richtigen Markt ermitteln wollen,
- erklärungsbedürftige Produkte / Services besser vermarkten wollen und
- Marketinginstrumente effektiv einsetzen möchten

Was bringt es?

Nach diesem Workshop

- kennen Sie die Besonderheiten des industriellen Marketings und Konzepte zur Marktorientierung,
- können Sie Ihren Markt identifizieren und erkennen Potenziale für eine erfolgreiche Produktpositionierung,
- haben Sie die Kompetenz eine eigene Marketingstrategie zu entwickeln und
- können marktbezogenen Aktivitäten planen und umsetzen, z.B. zur Preissetzung



Woran arbeiten wir?

Mit Marketing verknüpfen viele Leute das Bewerben von Produkten auf dem B2C Markt. Doch wie funktioniert industrielles Marketing Technischer Produkte oder gar Dienstleitungen auf dem B2B Markt und wie erzeuge ich ein Bedürfnis beim Kunden? Um sich erfolgreich auf dem Markt etablieren zu können, bedarf es nicht nur eines guten Produktes, sondern auch der zielsicheren Auswahl des richtigen Marktsegmentes. Abnehmer- und wettbewerbsgerichtete Strategien sollen nachhaltig effiziente und effektive Ergebnisse liefern und neue Möglichkeiten erschaffen. Um den Marketing-Mix vollständig zu bedienen, muss auch die Preispolitik auf das markt- und kundenorientierte Handeln abgestimmt sein.

Programm

- Grundlage für erfolgreichen Vertrieb schaffen
 - Kundennutzen erkennen und kommunizieren
 - Beschaffungsverhalten in Organisationen – wer entscheidet?
 - Besonderheiten der unterschiedlichen Geschäftstypen verstehen
- Potenzielle Märkte analysieren und Umfeld beobachten
 - Marktpotenzial erkennen und bestmöglich ausschöpfen
 - Chancen und Risiken richtig einschätzen können, Stärken gewinnbringend einsetzen
 - Wirkungskette des CRM beherrschen
- Marktsituation stets im Fokus haben
 - Marktentwicklung und –reaktionen bewusst wahrnehmen
 - Kundenanalyse: Wertvolle Hinweise für effiziente Marktbearbeitung ableiten



- Langfristiger Erfolg auf dem Markt
 - Marktfeldstrategie - welches Produkt auf welchem Markt anbieten?
 - Marktsegmentierung: erfolgreicher durch speziellen Marketing-Mix für Zielmarkt
 - Ideale Wettbewerbsstrategie finden

- Kunden mit geeigneten Marketinginstrumenten gewinnen
 - Optimale Preisstrategie für Kunde und Vertrieb
 - Kundenvertrauen durch Marken schaffen
 - Kommunikationspolitik: den Kunden in seiner Welt begegnen

Quick Facts

- Termin: 05.-07.12.2019
- Umfang: 3 Tage
- Ort: Akademie der Ruhr-Universität
- Methodik: Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeiten, Fallstudien
- Abschluss: Teilnahmebescheinigung*
- Kosten: 1.690,00 EUR, 1.490,00 EUR für VDI-Mitglieder
- Dozent: Herr Prof. Dr.-Ing. Harald Nicolai

* Nach Besuch aller 6 Module sowie einer erfolgreich bestandenen Anschlussprüfung erhalten Teilnehmer*innen das Zertifikat zum / zur Vertriebsingenieur*in VDI