



Competitive Intelligence

Den Wettbewerb im Fadenkreuz

- **Wissensbasierte Konkurrenzforschung für eine wettbewerbsorientierte Unternehmensführung**
- **Sichern Sie langfristig Ihre Erfolgspotenziale, indem Sie Ihre Wettbewerber erkennen und richtig einschätzen**
- **Lernen Sie proaktiv zu handeln, anstatt nur auf die sich ständig ändernden Wettbewerbsbedingungen zu reagieren**

Termine
2012

Frankfurt/Main

- 22.03. - 23.03.
- 23.07. - 24.07.
- 22.11. - 23.11.

Zusatztermin:
15.12. - 16.12.2011

Das Buch zum Seminar:

campus

Dietmar Pfaff
**Competitive Intelligence
in der Praxis**

Mit Informationen über Ihre Wettbewerber auf der Überholspur

Unternehmensprofil:

Effizientes Marketing braucht beste Informationen!

Ohne die richtigen Informationen kann man im Marketing kaum erfolgreich sein. Deshalb hat sich infomarketing auf intelligente Problemlösungen rund um die Information spezialisiert. Die Kernkompetenz von infomarketing ist das systematische Analysieren und Bewerten von Daten sowie die Bereitstellung von entscheidungsrelevanten Informationen. Dabei sind Know-how, Kreativität und Innovation ebenso wichtig wie eine klare Positionierung und der Wille zum Erfolg.

infomarketing



Die Gesellschaft
für Informationsanalyse und Marketingberatung

Q1: CI-Funktionen und -Prozess.

Wie nahe stehen sich Competitive Intelligence, traditionelle Marktforschung und strategische Wettbewerbsanalyse? Was bietet Ihnen CI? Wie und wo findet CI in der Praxis Anwendung? Schnittstellen zu anderen Funktionsbereichen.

Q2: Datenbeschaffung: Finden und verwerten!

Erfahren Sie, in welchen Medien die „Geheimnisse“ Ihrer Wettbewerber versteckt sind. Welche Bereiche sind für die Datengewinnung relevant? Welches sind mögliche Quellen? Was ist untersagt? Keine Wirtschaftsspionage!

Nachmittag

Q3: Informationsfilterung: Aufbereiten und bewerten!

Lernen Sie Instrumente und Methoden kennen, um verwertbare Informationen zu filtern. Welche Filter sind zu nutzen? Wie entscheiden Sie, welche Daten relevant sind?

Q4: Wissensgenerierung: Schlüsse ziehen!

Scenario Planning und War Gaming! Heute reicht es nicht mehr aus, nur die richtigen Informationen zu haben: Daten und Informationen in anwendbares Wissen zu transformieren, ist eine der wichtigsten Aufgaben des CI. Wie Sie zum fertigen Bild gelangen und daraus strategische Wettbewerbsvorteile ableiten.

Weitere infomarketing Seminare zum Thema Marktwissen**Effektive Marktforschung**

(Der Marktforschungsprozess: Definition, Erhebungsdesign, Datenerhebung, Datenauswertung, Dokumentation, Interpretation und Umsetzung der Ergebnisse)

Strategische Marktanalyse

(PLZ, SWOT, PEST, CLTV, GAP, Portfolios, BSC, Benchmarking, etc. ...)

Kontakt Daten

infomarketing Gesellschaft
für Informationsanalyse und
Marketingberatung mbH
Am Dornbusch 5
60320 Frankfurt am Main
Telefon: (069) 46 99 80 00
Telefax: (069) 46 99 80 09

Geschäftsführer:
Prof. h.c. (China) Dietmar Pfaff
Mail: dp@infomarketing.de

Online-Informationen und
Anmeldung unter:
www.infomarketing.de/ci

Prof. h.c. (China) Dietmar Pfaff

- Geschäftsführender Inhaber der infomarketing GmbH
- seit 2009 Ehrenprofessur in China für Internationales Marketing in Hochschulstädten bei Shanghai und Hongkong
- seit 2004 Dozent für Medienwirtschaft an der Rheinischen Fachhochschule Köln (Professor von März 2005 bis August 2006)
- 10 Jahre Lehrbeauftragter für Marketing an der Fachhochschule Gießen-Friedberg
- 10 Jahre Seminarleiter und Trainer
- 15 Jahre IHK-Referent und Prüfer für Marketing und Unternehmensführung
- 25 Jahre Marketing- und Marktforschungspraxis



Q5: Reporting: Wer berichtet was, wie und an wen?

Wer betreibt CI im Unternehmen? Wie werden die Ergebnisse dokumentiert und zugänglich gemacht? Welche Ergebnisse sind für welche Unternehmenseinheiten von besonderem Interesse und welchen Nutzwert bietet Ihnen CI?

Q6: Strategieableitung: Ist Ihre Wettbewerbsstrategie die Richtige?

Welche CI-Ergebnisse führen zu zukünftigen Zielsetzungen und auf welcher Zielebene? Lernen Sie, Handlungsempfehlungen abzuleiten, Strategien zu entwickeln sowie langfristige Erfolgspotenziale zu sichern und auszubauen.

Nachmittag

Q7: Implementierung: Wer macht was und wann?

Die organisatorische Verankerung des CI-Prozesses im Unternehmen: Welche Ressourcen werden zur Umsetzung der Strategien benötigt? Welche Maßnahmen müssen ergriffen werden, um die gewonnenen Ergebnisse langfristig zu nutzen? Was muss ein CI-Manager mitbringen? Ihr CI-Budget?

Q8: Controlling: Aktion vor Reaktion!

Messen, Bewerten und Einleiten von Maßnahmen: Wie oft und in welchen Abständen müssen Sie CI durchführen? Wann müssen Sie Ihre Strategien überprüfen? Wie kann der Umsetzungsprozess langfristig gesteuert werden?

Inhouse Seminare mit infomarketing

Innerhalb dieser Seminare können wir ganz individuell auf Ihre Wünsche und Bedürfnisse eingehen, um Problemlösungen mit Ihnen gemeinsam zu erarbeiten. Teilen Sie uns Ihren Sachverhalt mit, damit wir Ihnen ein spezifisches Seminarangebot anbieten können. Eine optimale Mischung aus Praxis, Wissenschaft und Transfer gewährleistet Ihnen die gemeinsame Seminargestaltung von Trainern und Experten der infomarketing GmbH

**Dipl. Psych. Roland Kretzschmar**

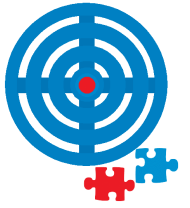
- Projektleiter bei der infomarketing GmbH
- Studium der Psychologie an der Philipps-Universität in Marburg
- BWL im Nebenfach
- Vertiefungsausbildung im Schwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie
- Ausbildung in Führungstraining, Kommunikationstraining und Training sozialer Kompetenzen
- Jährl. Gastreferent der RFH Köln
- 5 Jahre Trainerpraxis
- 4 Jahre Marketing- und Marktforschungspraxis

**Teilnahmegebühr**

Jede Anmeldung wird von uns schriftlich bestätigt. Die Gebühr für das zweitägige Seminar beträgt **1268,- EUR** (zzgl. gesetzl. MwSt.). Darin enthalten sind ausführliche Seminarunterlagen, Zertifikat, Mittagessen und Tagungsgetränke für beide Tage. Aufgrund der gewünschten Trainingsintensität ist die Anzahl der Teilnehmer beschränkt.

Trainingszeiten

- 1. Tag: 9.30 Uhr – 18.30 Uhr
- 2. Tag: 9.00 Uhr – 17.00 Uhr



Competitive Intelligence: Seminar-Termine 2012

- Mo./Di. 22. und 23. März 2012
- Do./Fr. 23. und 24. Juli 2012
- Do./Fr. 22. und 23. November 2012
- Do./Fr. 15. und 16. Dezember 2011 (Zusatztermin: 2011)

Name, Vorname

Funktion / Position

Unternehmen

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

Telefon

E-Mail

Datum

Unterschriften der Teilnehmer ggf. des Rechnungsempfängers

Teilnahmegebühr

1268,- EUR zzgl. gesetzl. MwSt. Darin enthalten sind die Tagungsunterlagen, die Konferenzgetränke und zwei Mittagessen.

Stornierung

Eine Stornierung bis zu sechs Wochen vor der Veranstaltung ist kostenfrei. Bei schriftlicher Abmeldung bis 14 Tage vor dem Seminar sind 50 Prozent der Teilnahmegebühr zu zahlen. Danach müssen wir Ihnen leider die Gesamtsumme berechnen. (Es gilt das Datum des Posteingangs).

Selbstverständlich können Sie sich auch vertreten lassen.

Terminänderungen

Erfolgen nur bei zwingender Notwendigkeit. In diesen Fällen werden die Teilnehmer umgehend informiert. Sollte der neue Termin nicht zusagen, werden bereits gezahlte Gebühren erstattet. Weitergehende Ansprüche können jedoch nicht anerkannt werden.

Tagungsorte und Zimmerbuchung

Für unsere Kursteilnehmer ist im Tagungshotel relexa ein spezielles Einzelzimmerkontingent jeweils vom Vortag der Veranstaltung an à 91,- EUR inklusive Frühstücksbuffet, gesetzl. MwSt. und kostenloser Nutzung des Fitnessclubs bis 3 Wochen vor Veranstaltungsbeginn reserviert. Setzen Sie sich bitte rechtzeitig mit dem Hotel oder mit uns in Verbindung.

Datenschutz

Ihre Daten werden für die interne Weiterverarbeitung und eigene Werbezwecke von uns unter strikter Einhaltung des Bundesdatenschutzgesetzes gespeichert. Wenn Sie die Speicherung nicht erwünschen, teilen Sie uns dies bitte per E-Mail (dp@infomarketing.de) mit.

Stand: 09.2011