



Strategische Marktanalyse

Märkte verstehen und beobachten

- **Vermeiden Sie Fehler in der Einschätzung der Marktsituation**
- **Steigern Sie langfristig den Unternehmenserfolg**
- **Lernen Sie Methoden der Marktanalyse systematisch kennen und anwenden**

Termine
2012

Frankfurt/Main

- 15.03. - 16.03.
- 20.07. - 21.07.
- 15.11. - 16.11.

Zusatztermin:
08.12. - 09.12. 2011

Das Buch
zum Seminar:



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: Am Anfang steht die Analyse

Kennen Sie wirklich alle Ihre Märkte und Mitstreiter?
Welche Analysemethoden gibt es überhaupt? Wie sind diese verschiedenen Verfahren positioniert und welchen Stellenwert haben Sie strategisch?

Q2: Traditionelle Unternehmensanalysen (interner Markt)

Ist Ihr Produkt schon ein „alter Hut“? Analysieren Sie es auf Herz und Nieren mittels des Produktlebenszyklus, der Break-Even-Analyse und der Kosten-Nutzen-Analyse.

Nachmittag

Q3: Neuere Unternehmensanalysen (interner Markt)

Lernen Sie den Customer-Lifetime-Value kennen.
Wie funktioniert Gap-Analyse?
Wie erstellen Sie eine Balanced Scorecard?
Ermitteln Sie Ihr Mitarbeitervolumen und -potential.

Q4: Branchen-,Marktteilnehmer- und Umfeldanalysen (externer Markt)

Was verbirgt sich hinter der PEST-Analyse?
Welche Hinweise geben Lieferanten, Konkurrenten und Absatzmittler?
Wie entwickelt sich die Branche?

Weitere infomarketing Seminare zum Thema Marktwissen

Effektive Marktforschung

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

Competitive Intelligence

(CI-Zyklus: Datensammlung, Informationsfilterung, Wissensgenerierung, Reporting, Strategieableitung; CI-Einsatz, CI-Budget)

Kontaktdaten

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/sma

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: Strategische Kombination interner und externer Marktanalyse
Verknüpfung der internen Stärken und Schwächen mit den externen Chancen und Risiken: Anforderungen, Gestaltung und Umsetzung an eine zielführende SWOT- und Portfolio-Analyse.

Q6: Einfache Portfolio-Techniken

Lernen Sie neben dem Produkt-/SGE-Portfolio auch das Kunden- und das Konkurrenz-Portfolio kennen. Entdecken Sie den strategischen Nutzen und die taktischen Einsatzgebiete.

Q7: Multiple Portfolio-Techniken

Verstehen, Begreifen und Umsetzen der Mitarbeiter-, Medien-, Länder- und Technologie-Portfolio-Technik.
Erkennen Sie den Zusammenhang zu Marktpotenzial, Marktvolumen und Absatzvolumen.

Q8: Strategie ist der Weg zum Ziel

Am Ende steht das Ziel, denn die Analyse ist kein Selbstzweck!
Kosten, Nutzen und Wert der Analysemethoden beleuchten.
Kennenlernen des Matterhorn-Prinzips und der Strategiewand!

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 Kretschmar

- 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



Strategische Marktanalyse: Seminar-Termine

- Do./Fr. 08. und 09. Dezember 2011 (Zusatztermin: 2011)
- Do./Fr. 15. und 16. März 2012
- Fr./Sa. 20. und 21. Juli 2012
- Do./Fr. 15. und 16. November 2012

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