



Marketing

Seminar: Produkt-Positionierung



Titel

Produkt-Positionierung - Schlüssel des erfolgreichen Marketings



Zielgruppe

Marketing-/Produktgruppenleiter/in, Produktmanager/innen, Regionalleiter/innen, Außendienstmitarbeiter/innen, Medical Manager



Inhalte

Theorie der Produktpositionierung, Produktstatements, Strategieentwicklung, Werbekommunikation, Analysemethoden und Marktforschung



Event

Tagesseminar



Zeit

11:00 Uhr – 17:00 Uhr (Dauer ca. 6 Stunden)



Ort

tbd (Konferenzhotel / Frankfurt am Main)



Lernziele

Kennen der Theorie und der Werkzeuge zur Erstellung einer Produktpositionierung



Stichworte

Marktanalyse, Produktpositionierung, Positionierungsstatement, USP, Unmet Needs, Kundenbedürfnisse, Produktdifferenzierung, Benchmark, Preisgestaltung



Kosten

825,00 € pro Teilnehmer (Mindestteilnehmerzahl 10, maximale Teilnehmerzahl 15)



Werkzeuge

Information, Gruppenarbeit, Brainstorming, SWOT-Analyse, Strategie-Matrix



Handouts

SWOT Analyse-Grid, PRO- und CONTRA-Strategie-Grid, Positionierungsstatement-Template



Leitung

Alexander Rummel, Dr. Andreas Erkens