

TOP-SEMINAR

Nr. 1

Prof. Dr. Hermann Simon,
Dr. Dr. Cay von Fournier

Donnerstag, 19.04. 14.00 Uhr
bis Freitag, 20.04. 12.00 Uhr

Arvena Kongresshotel, Bayreuth
Preis: 590,- Euro

(ab 2 Teilnehmern: 490,- Euro
ab 5 Teilnehmern: 450,- Euro)
jeweils pro Person zzgl. MwSt.



Dr. Dr. Cay von Fournier

Strategie 3.0 – Strategische Kompetenz als Wettbewerbsfaktor

Die strategische Kompetenz eines Unternehmens ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil in den dynamischen Märkten des 21. Jahrhunderts. Eine klare Unternehmensstrategie steigert die Qualität der Entscheidungen eines Führungsteams.

WERTE-orientierte Strategie (Strategie 3.0)

Das Seminar vermittelt die wesentlichen Elemente einer modernen Unternehmensstrategie, von der klassischen Strategieentwicklung des 20. Jahrhunderts zu einem dynamischen Strategieprozess des 21. Jahrhunderts. Dabei werden die modernen Elemente Marketing 3.0 und Management 3.0 integriert.

Richtung geben

Eine klare Vision, richtig verstanden, gibt Orientierung, die auf dem Markt als richtig erkannten Wege zu gehen. Ziele können sich ändern, eine an Werten orientierte Strategie bleibt dabei jedoch immer gültig.

Strategien verstehen – verändern – verwerfen

Das Seminar zeigt wie eine Unternehmensstrategie entsteht, wann sie geändert und aus welchen Gründen sie auch manches Mal verworfen werden muss.

Seminarinhalte

- Die wichtigsten strategischen Modelle kennen und anwenden.
- Die Profitabilität und den Unternehmenserfolg steigern.
- Den Kundennutzen deutlich definieren.
- Potenziale und Erfolgsaussichten erkennen und steigern. Das Wachstum meistern.
- Risiken richtig einschätzen und Abhängigkeiten vermeiden.
- Den Wettbewerb kennen und übertreffen (Exzellenz ist eine Entscheidung).
- Die richtige Positionierung eines Unternehmens und die damit verbundene Strategie.
- Die MARKE - Unternehmensmarke, Produktmarke, Personenmarke.

Das Seminar basiert auf den aktuellen Büchern von Cay von Fournier:

- Exzellenz im Mittelstand
- UnternehmerEnergie (Trainerbuchpreis des Jahres 2011)
- Anders und nicht Artig (Marketing 3.0 in Anwendung)
- Wert schaffen durch Werte



Prof. Dr. Hermann Simon

Der Preis als strategisches Element

Rabattschlachten, Preisnachlässe, Kaufanreize, Sonderverkaufsaktionen, diese und manch andere Maßnahmen mehr beherrschen in scheinbar zunehmendem Maße die Situation auf vielen Märkten. Dabei verlieren viele Unternehmen allzu oft die Strategie, Produktpositionierung, Image und Kaufverhalten aus dem Auge. Dieser Entwicklung setzt der weltweit anerkannte Experte Hermann Simon neue strategische Pricing-Ansätze entgegen.

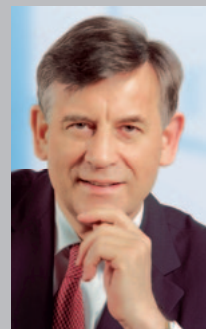
Wie man den Gewinn über das Pricing effektiv steigert

Im Seminar wird Hermann Simon sein Modell einer effektiven Preisstrategie verdeutlichen. Anhand praktischer Fallstudien aus verschiedenen Branchen entwickelt er Ansätze für zukünftige, effektive Preis-Strategien. Es gibt, so Hermann Simon, funktionierende Methoden, wie Kundenreaktionen auf Preise vorweggenommen werden können. So weiß man, wie Preiserhöhungen oder Preissenkungen wirken. Gerade heute gilt es mehr denn je, ein gutes Pricing-Verfahren (Preisstrategie) in die Wettbewerbsstrategie zu integrieren. Der Preis wird selbst so oft selbst zum Qualitätsmerkmal.



Dr. Dr. Cay von Fournier

Cay von Fournier ist Arzt und Unternehmer, Trainer und Berater des Mittelstandes. Studium der Medizin in Deutschland, USA und Neuseeland, Facharzt für Chirurgie. Promotion in Medizin an der Berliner Humboldt-Universität und in Wirtschaftswissenschaften an der TU Dresden. In seinen Vorträgen und Seminaren begeistert Cay von Fournier durch Wissen, Humor und seine vielen Beispiele aus der täglichen Praxis. Seit 10 Jahren ist er Inhaber und Lenker von SchmidtColleg.



Prof. Dr. Hermann Simon

Seine beeindruckende Karriere ist eine Erfolgsstory von internationalem Rang. Er lehrte und lehrt an angesehenen Universitäten wie der London Business School, der Harvard und Stanford University oder der Keio-University in Tokio. Er ist Vorsitzender der Geschäftsführung von Simon-Kucher & Partners in Bonn, München, New York, Boston, Paris, Wien, Zürich, Tokio und anderen Städten rund um den Globus. In mehr als 30 Büchern, darunter Welt-Bestseller wie „Hidden Champions“ beschäftigt sich Hermann Simon mit den Themen Strategie und Pricing.

Anmeldung umseitig!