

# Anmeldung

## Preise und Bedingungen

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.380,-. Sollten zwei oder mehr Vertreter des selben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir 15 % Preisnachlass für den zweiten Teilnehmer, 20 % für den dritten Teilnehmer und 25 % für den vierten und jeden weiteren Teilnehmer.

Nach Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis zu drei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

## Datum und Tagungsort

Do, 03. März 2016 10.00 bis 17:00 Uhr  
Fr, 04. März 2016 9.00 bis 16:00 Uhr

Do, 10. November 2016 10.00 bis 17.00 Uhr  
Fr, 11. November 2016 9.00 bis 16.00 Uhr

Tagungsort: Hamburg

Auf Wunsch auch Durchführung als Inhouse Seminar

promotion  
ACADEMY

Ich/Wir nehme/n teil am Seminar:

am 03. und 04. März 2016 in Hamburg

am 10. und 11. November 2016 in Hamburg

NAME/VORNAME

POSITION

NAME/VORNAME

POSITION

NAME/VORNAME

POSITION

NAME/VORNAME

POSITION

FIRMA

ANSCHRIFT

PLZ/ORT

TELEFON

FAX

EMAIL

DATUM/UNTERSCHRIFT

## Ihre Service-Hotlines

Telefon: +49 (0)40 360 96 961

Fax: +49 (0)40 360 96 965

Per Post: Promotion Academy  
Postfach 110605  
20406 Hamburg

E-Mail: anmeldung@promotionacademy.de

Online: www.promotionacademy.de

-15%  
-20%  
-25%

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon, E-Mail oder online auf unserer Homepage anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind — andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

# Seminar

promotion  
ACADEMY

# Erfolgreiches Trade Marketing

## Strategische Grundlagen, Konzepte, Instrumente & Case Studies

Ihre Seminarleiter: Albrecht Rösler und Martin Eckardt

### Inhalt:

#### Sie erfahren:

- Wie Sie durch Trade Marketing die Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Handel stärken und absatzorientierte Konflikte vermeiden können
- Wie Sie durch Berücksichtigung von Shopper- und Handelsbedürfnissen den Erfolg Ihrer Kategorie steigern können

#### Sie werden dabei:

- Konzepte kennenlernen, wie Sie Ihre Aktivitäten optimal auf Shopper- und Handelsbedürfnisse ausrichten können
- Konkrete Richtlinien für die Planung und Gestaltung Ihrer Promotion-Aktivitäten erarbeiten
- Fallbeispiele für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Handel diskutieren

#### Nutzen Sie unsere Erfahrung mit vielen Praxistipps für Ihr Trade Marketing:

- Strategische Grundlagen der Trade Marketing Ausrichtung
- Praxisgerechte Zielsetzungen
- Checklisten zur Planung und Gestaltung Ihrer POS-Aktivitäten
- Bewährte Konzepte zur Promotion Erfolgskontrolle
- Shopper Journey und Shopper Insights als Basis für erfolgreiche Aktivierungsprogramme
- Category Management als Leitbild und Bezugsrahmen
- Effektive Kommunikation mit Handelspartnern
- Auswahl und effizientes Agentur-Management

### Zielgruppe:

Das Seminar richtet sich an Führungskräfte und Mitarbeiter der Bereiche Trade Marketing, Verkaufsförderung, Category Management, Marketing und Key Account Management, sowie Agenturen für Promotions und Verkaufsförderung.

Am 03./04. März 2016,  
oder  
10./11. November 2016

### Seminarleiter:

Albrecht Rösler  
Martin Eckardt  
Rösler Unternehmens-  
beratung GmbH

Auf Wunsch auch als  
Inhouse-Seminar!

Promotion Academy • Postfach 110605 • 20406 Hamburg  
Tel.: +49 (0) 40 360 96 961 • Fax: +49 (0) 40 360 96 965 •

## Erfolgreiches Trade Marketing

Strategische Grundlagen, Konzepte, Instrumente & Case Studies



Ihre Seminarleiter: Albrecht Rösler und Martin Eckardt

**10.00 Begrüßung** durch die Seminarleiter und Abstimmung der Seminarinhalte mit den Erwartungen der Teilnehmer

- Beispiele für POS Marketing Aktionen
- Planung, Konzeption und Durchführung von POS Maßnahmen

### 10.15 Einführung Trade Marketing

- Trade Marketing zwischen Vertrieb, Marketing und Handel
- Kernaufgaben und -anforderungen des Trade Marketing
- Rolle des Trade Marketing und organisatorische Einbindung
- Management und Optimierung interner Schnittstellen

### 13.00 Gemeinsames Mittagessen

### 14.00 Fortsetzung POS Marketing

### 15.30 Erfolgskontrolle am POS

- Begriffe und Parameter der Erfolgskontrolle am POS
- Berechnung der Zusatzumsatz-Wirkung und Profitabilität von POS Aktionen
- Business-Case: „Erfolgsrechnung“
- Praxisbeispiel: „Themen Promotion“
- Datenquellen
- Promotion Scorecard

### 11.15 Trade Marketing und Handel

- Aktuelle Herausforderungen des Handels
- Ziele und mögliche Zielkonflikte zwischen Industrie und Handel
- Erwartungen des Handels an ein modernes Trade Marketing

### 17.00 Get-Together

### 12.15 POS Marketing

- Chancen des POS Marketings
- POS Marketing Toolbox — Die Vielfalt der Promotion-Mechaniken und -Kommunikation

**Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. Die Promotion Academy lädt Sie zu einem Umtrunk ein. Vertiefen Sie Ihre Erfahrungen mit den Teilnehmern!**

## Erfolgreiches Trade Marketing

Strategische Grundlagen, Konzepte, Instrumente & Case Studies



Ihre Seminarleiter: Albrecht Rösler und Martin Eckardt

### 9.00 Shopper Marketing

- Chancen durch mehr Shopper Orientierung
- Die Shopper Journey als Ausgangspunkt für erfolgreiche Shopper Aktivierung
- Shopper Marketing als strategisches Gesamtkonzept

- Agenturvertrag: Welche Inhalte sollten berücksichtigt werden?

### 15.30 Zusammenfassung und Learnings

### 16.00 Seminarabschluss

### 10.30 Shopper Research

- Ziele und Methoden
- Praxisbeispiele Shopper Insights

### 11.30 Category Management

- Bedeutung des Category Management
- Category Management Prozess
- Einfluss auf Trade Marketing Aktivitäten

### 12.30 Gemeinsames Mittagessen

### 13.30 Handelskommunikation

- Ziele, Instrumente, Planung
- Erfolgsfaktoren der Handelskommunikation

### 14.30 Agenturführung

- Systematische Vorgehensweise bei der Auswahl der Agentur
- Regeln für effektive Agentur-Briefings und -Pitches

#### Ihre Seminarleiter:

**Albrecht Rösler**, Jahrgang 1962

- Gründer und Geschäftsführer der Rösler Unternehmensberatung GmbH
- Hintergrund:
  - über 15 Jahre Markenartikelindustrie
  - verschiedene Führungsfunktionen im Unilever-Konzern
  - Schwerpunkt in der internen Unternehmensberatung



**Martin Eckardt**, Jahrgang 1963

- Partner der Rösler Unternehmensberatung GmbH
- Hintergrund:
  - über 20 Jahre Markenartikelindustrie
  - verschiedene Führungsfunktionen bei Unilever und Kraft Foods / Mondelez
  - Schwerpunkte im Marketing und Vertrieb insbes. Trade und Shopper Marketing, Category Management, Customer Marketing



#### Rösler Unternehmensberatung:

- gegründet 2003
- Leistungsspektrum:
  - Analyse und Optimierung der Promotion- und Media-Effizienz
  - Entwicklung und Implementierung von Tools zum Promotion- und Media-Management
  - Unterstützung von Category Management
  - Trainings, Workshops und Coachings zu allen Arbeitsschwerpunkten