

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. 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, 28. März 2019 10.00 bis 17:00 Uhr
Fr, 29. März 2019 9.00 bis 16:00 Uhr

Do, 14. November 2019 10.00 bis 17.00 Uhr
Fr, 15. November 2019 9.00 bis 16.00 Uhr

Tagungsort: Hamburg

Auf Wunsch auch Durchführung als Inhouse Seminar

promotion
ACADEMY

Ich/Wir nehme/n teil am Seminar:

Erfolgreiches Promotion-Controlling

am 28. und 29. März 2019 in Hamburg

am 14. und 15. November 2019 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 Promotion-Controlling

Strategie, Umsetzung und Praxisbeispiele

Ihre Seminarleiter: Albrecht Rösler und Martin Eckardt

Inhalt:

Sie erfahren:

- Wie Sie die Wirkung Ihrer Promotions messen
- Wie Sie erfolgreiche Aktionen erkennen und verbessern
- Wie Sie die Wirksamkeit und Profitabilität Ihrer Aktivitäten steigern können
- Wie Sie die passenden Mechaniken für Ihre Aufgabenstellungen auswählen

Sie werden dabei:

- Möglichkeiten kennenlernen, wie Sie Ihre Promotion bewerten – auch bei begrenztem Budget
- Den Promotion-Erfolg anhand von konkreten Beispielen durchrechnen
- Ihre individuellen Strategien zur Promotion-Bewertung entwickeln

Nutzen Sie unsere Erfahrung mit vielen Praxistipps für Ihr Promotion-Controlling:

- Kernpunkte des systematischen Promotion Managements
- Praxisgerechte Zielsetzungen als Voraussetzung
- Intelligente Nutzung von Datenquellen
- Basis-Konzepte der Promotion-Bewertung
- Berechnung von kurzfristigen und langfristigen Zusatzeffekten
- Analyse unterschiedlicher Promotion Mechaniken
- Integrierte Optimierung von Aktionsplänen

Zielgruppe:

Das Seminar richtet sich an Führungskräfte und Mitarbeiter aus den Bereichen Trade Marketing, Verkaufsförderung, Category Management, Marketing, Key Account Management und Controlling, sowie Agenturen für Promotions und Verkaufsförderung.

Am 28./29. März 2019
oder
14./15. November 2019

Seminarleiter:
Albrecht Rösler
Martin Eckardt
Rösler Unternehmensberatung GmbH

Auf Wunsch auch als Inhouse-Seminar!

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

Erfolgreiches Promotion-Controlling

Strategie, Umsetzung und Praxisbeispiele



Ihre Seminarleiter: Albrecht Rösler und Martin Eckardt

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

10.15 Hintergrund Promotion-Controlling

- Bedeutung von Promotions
- Herausforderungen bei der Promotion-Evaluierung
- Rolle des Promotion-Controllings

10.45 Promotion Management

- Planungs- und Bewertungszyklus
- Ziele und mögliche Zielkonflikte zwischen Handel und Industrie
- Überblick Promotion-Mechaniken und -Kommunikation
- Vorgehen bei der Promotion Entwicklung
- Planung der Promotion-Reichweite
- Promotion Scorecard

12.00 Promotion Ziele

- Überblick Ziel-Parameter
- Absatz- und Profitabilitäts-Ziele
- Shopper- und Konsumenten-gerichtete Ziele
- Handelsgerichtete Ziele
- Auswahl und Festlegung der Promotion-Ziele als Voraussetzung für Erfolgskontrolle

13.00 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Grundlagen der Promotionbewertung

- Datenquellen
- Zerlegung von Promotion-Abverkaufseffekten
- Berechnungsverfahren für die Bestimmung von Uplifts
- Kannibalisierungs- und Bevorratungseffekte
- Verbundwirkungen
- Berücksichtigung des Promotionaufwands
- Berechnungsschema zur Bestimmung der Promotion-wirkung auf Umsatz und Profitabilität

15.00 Business Case: Handels-Promotion — Ermittlung von Basis-Kennzahlen der Promotionbewertung

16.00 Praxisbeispiel: Bewertung von Themen-Promotions

17.00 Get Together

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

Erfolgreiches Promotion-Controlling

Strategie, Umsetzung und Praxisbeispiele



Ihre Seminarleiter: Albrecht Rösler und Martin Eckardt

9.00 Erweiterte Promotion-bewertung

- Promotion-Kontakteffekte, Konversionsraten und Wiederkäufe als zusätzliche Einflussfaktoren
- Berechnungsbeispiel Personalpromotion

10.00 Business Case: Sampling Konzepte — Kalkulation von drei alternativen Umsetzungs-Szenarien

11.00 Langfristige Betrachtung

- Berücksichtigung des Kaufverhaltens vor und nach Promotions
- Käuferwanderung — wer profitiert ?

11.30 Business Case: Käuferwanderung — Kalkulation kurz- und langfristiger Promotion-Effekte

12.30 Test- und Referenzbetrachtung

- Test- und Referenzmarktansatz
- Differenzierung von Geschäfts-, Saison- und Aktionseffekten

13.00 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Business Case: Couponing — Kalkulation von Effektivität und Effizienz von Coupon-Aktionen

15.00 Bewertung von Aktionsplänen

- Bestimmung der Wirkungsfaktoren
- Ansätze für eine integrierte Optimierung

15.45 Zusammenfassung und Learnings

16.00 Seminarabschluss

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