



Megatrends und Wettbewerb im Handel

Buchungsnummer
RT0222-055

Diese Veranstaltung richtet sich an:
Junge Nachwuchsführungskräfte, PotenzialträgerInnen

Megatrends wie ethisch-
ökologische
Herausforderungen, die
demografische und
gesellschaftliche Entwicklung
sowie Veränderungen im
Konsumverhalten werden
den Wettbewerb im Handel

grundlegend verändern. Nur wer versteht, wie Kunden- und Zielgruppen „ticken“, kann adäquat betriebswirtschaftliche Weichen stellen.

Veranstaltungsart

Modul

Termin

18.10.2022 - 18.11.2022

Zu erreichender Abschluss

Teilnahmebescheinigung

Preis

1.750,00 €

Aktions- und Gutscheincodes werden im Bestellprozess berücksichtigt.

Beschreibung

Megatrends sind die größten Treiber des Wandels. Sie erzeugen epochale Veränderungen, indem sie alle Bereiche der Gesellschaft maßgeblich beeinflussen – nicht nur kurzfristig, sondern auf mittlere bis lange Sicht. Dadurch zwingen Sie ganze Branchen dazu, ihre Strukturen und Geschäftsmodelle neu auszurichten, wenn diese im Wettbewerb erfolgreich bleiben möchten.

Megatrends sind unverzichtbar für Management und strategische Planung

Welche Trends beeinflussen besonders die aktuelle Zeit? Wie wird der Wettbewerb dadurch beeinflusst? Was bedeutet das für Ihre Arbeit und die Anforderungen Ihrer KundInnen?

Erhalten Sie zunächst einen Überblick über aktuellen Megatrends und wie diese ineinandergreifen. Durch die Befähigung, wie sich die Welt durch die Einwirkung dieser verändert, leiten Sie die Auswirkungen auf den Handel und Ihre individuellen Zielgruppen ab. Dadurch schärfen Sie Ihre Kompetenz, zukünftige Chancen und Risiken zu kennen, um im Wettbewerb erfolgreich die Vorreiterrolle zu übernehmen.

Inhalte

- Überblick über die gesellschaftlichen Megatrends

- Megatrends im Detail: Globalisierung, Urbanisierung und Konnektivität und ihre Auswirkungen auf den Handel
- Individualisierung, Demographischer Wandel
- New Work, Gender Shift und ihre Auswirkung auf die Kultur im Handel
- Trendmanagement im Handel: wie Trends zum Wettbewerbsvorteil eingesetzt werden

Nutzen

- Lernen Sie die Megatrends und ihre Auswirkungen auf den Handel kennen.
- Erfahren Sie, wie Sie mit "r Praxis erprobten Strategien und Handlungsoptionen die Herausforderungen"trieblichen Alltag erfolgreich gestalten.

Dozenten

Perry Krell

Perry Krell (geb. 1971) kreiert seit 30 Jahren Kommunikation als Konzeptioner. Nach Stationen in Hamburg und Frankfurt eröffnet er 2001 seine erste Agentur fruehling advertising als kreativer Think Tank. 2013 dann die Gründung von The LINK GmbH. Sozusagen als gefundener Missing Link zwischen spannenden Kreativlösungen und den Kommunikationsproblemen von Handelsunternehmen und Hersteller-Trademarketing. Perry Krells Arbeiten wurden ausgezeichnet beim Art Directors Club Deutschland, den New York Festivals, den Cannes Lions etc. Er ist Gründer und Autor des Future of Retail-Blogs (futureofretail.de) der sich um Trends im Handel dreht.

Monika Pomare

Monika Pomare (geb. 1971) konzipiert und betreut Marketingprojekte für den Handel mit über 30 Jahren Erfahrung und Expertise. Seit den Anfängen als Texterin"n 90er Jahren begleitet sie den Möbel-, Lebensmittel- und Elektronik-Handel (Verbände und Filialisten) und dessen Transformation in Strategie und Konzeption. Hersteller wie Bosch, Siemens und Blanco betreut sie mit kreativen 360 Grad Trademarketing-Konzepten. Seit 2015 leitet sie die strategische Kommunikation für the LINK. Sie ist Autorin des Future of Retail-Blogs (futureofretail.de), der sich um Trends im Handel dreht.