



Kundenzentrierte Verhaltensökonomie - Schlüssel für die erfolgreiche Vermarktung innovativer Lösungen

Buchungsnummer
ST22-00586

Diese Veranstaltung richtet sich an:

Vorständinnen und Vorstände sowie Führungskräfte aus der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken

Wie kundenzentriert sind wir
innerhalb der
Genossenschaftlichen
FinanzGruppe? Was können wir
von Amazon, das das
kundenzentrierteste
Unternehmen der Welt werden

möchte, lernen? Welche Rolle spielt auf dem Weg dorthin die Verhaltensökonomie? Wenn auch Sie auf der Suche nach Antworten auf diese Fragen sind, sind Sie "serer Veranstaltung richtig!

Veranstaltungsart

Workshop

Dauer (in Tagen)

2

Termin

19.09.2022 - 20.09.2022

Workload (in h)

8

Preis

925,00 €

Aktions- und Gutscheincodes werden "iteren Bestellprozess berücksichtigt.

Beschreibung

Agiles Preis- und Produktmanagement

Gerade bei neuen Produkten und Innovationen gibt "ele Unsicherheiten im Hinblick auf Inhalte (what?) und auf das wie (how?). Als zielführend hat sich ein agiles Preis- und Produktmanagement erwiesen, bei dem der Kundennutzen und seine Zahlungsbereitschaft sowie die Verhaltensökonomie im Mittelpunkt der Optimierung

stehen. Hierbei geht es darum, durch den Einsatz innovativer und intelligenter Konzepte der Differenzierung/Segmentierung (z.B. für Mitglieder, junge Kunden etc.) wie auch Erkenntnisse und Forschungen zur Verhaltensökonomie mehr Sicherheit im Zusammenhang mit dem Entscheidungsprozess zu gewinnen.

Nutzen Sie unsere Veranstaltung, um sich mit Ihren KollegInnen aus unserer Gruppe über dieses spannende Thema auszutauschen und zu diskutieren. Darüber hinaus informieren wir Sie über die neuesten Erkenntnisse aus Studien und Forschungen und verdeutlichen Ihnen, wie die konkrete Übertragung auf das eigene genossenschaftliche Geschäftsmodell erfolgreich realisiert werden kann.

Wichtig: Der Erfolg der Veranstaltung und damit auch der Mehrwert für jedes einzelne Haus hängt ganz entscheidend davon ab, dass Sie sich im Vorfeld der gewählten Fragen vorbereiten und wir in der Gruppe intensiv hierüber diskutieren.

Unsere Preise:

- Einzelbuche: Mitglied vor Ort Teilnahme € 740,00
- Einzelbuche: Mitglied hybride Teilnahme € 590,00
- Einzelbuche: Nichtmitglied vor Ort Teilnahme € 925,00
- Einzelbuche: Nichtmitglied hybride Teilnahme € 740,00
- Paketpreis: Mitglied für 2 Teilnehmer aus einem oder befreundetem Haus, beide vor Ort € 1.290,00
- Paketpreis: Mitglied für 2 Teilnehmer aus einem oder befreundetem Haus, ein Teilnehmer vor Ort & ein Teilnehmer hybrid € 990,00
- Paketpreis: Mitglied für 2 Teilnehmer aus einem oder befreundetem Haus, beide Teilnehmer hybrid € 890,00
- Paketpreis: Nichtmitglied für 2 Teilnehmer aus einem oder befreundetem Haus, beide vor Ort € 1.620,00
- Paketpreis: Nichtmitglied für 2 Teilnehmer aus einem oder befreundetem Haus, ein Teilnehmer vor Ort & ein Teilnehmer hybrid € 1.240,00
- Paketpreis: Nichtmitglied für 2 Teilnehmer aus einem oder befreundetem Haus, beide Teilnehmer hybrid € 1.120,00

Inhalte

1. Megatrends und ihre Auswirkungen auf kundenorientiertes und verhaltensökonomisch ausgerichtetes innovatives Angebot
2. Ausgewählte verhaltensökonomische Effekte: Theorie und konkrete Anwendung für VR Banken
3. Das Managementkonzept der kundenorientierten Preis- und Angebotsdifferenzierung verstehen
4. Tools und Methoden für die kundenorientierte Vermarktung von innovativen Angeboten
5. Umsetzung: Was ist zu beachten? Wie macht man es konkret?

Nutzen

- Wir vermitteln Ihnen in verständlicher und praxisorientierter Form, welche Auswirkungen Megatrends (wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Kundenorientierung/Verhaltensökonomie) auf die zukünftige genossenschaftliche kunden- und mitgliederorientierte Vermarktung von innovativen Lösungen haben können.
- Sie erfahren, welche Rolle die Verhaltensökonomie bei der kundenorientierten Ausgestaltung von

innovativen Angeboten spielt und welche Tools und Methoden dabei eingesetzt werden können.

- Sie wissen, wie Sie die Umsetzung in Ihrem Haus angehen und, was Sie, bspw. bei Preisverhandlungen und Wertargumentationen, "achten haben.
- Mit Herrn Dr. Georg Wübker konnten wir einen ausgewiesenen Experten und Kenner unserer Gruppe gewinnen.
- Ihr Haus profitiert von einer attraktiven Preisgestaltung bei zwei TeilnehmerInnen aus einem Haus.

Dozenten

Dr. Georg Wübker

Experte im Bereich kundenzentrierte und verhaltensökonomisch ausgerichtete Preis- und Produktgestaltung für Banken