



Kundenzentrierte Verhaltensökonomie - Schlüssel für die erfolgreiche Vermarktung innovativer Lösungen

Buchungsnummer

ST23-01321

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 in unserer Veranstaltung richtig!

Veranstaltungsart

Workshop

Termin

29.03.2023 - 30.03.2023

Workload (in h)

8

Preis

925,00 €

Aktions- und Gutscheincodes werden im weiteren Bestellprozess berücksichtigt.

Beschreibung

Agiles Preis- und Produktmanagement

Gerade bei neuen Produkten und Innovationen gibt es viele 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 u.a 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 zu ausgewählten Fragen vorbereiten und wir in der Gruppe intensiv hierüber diskutieren.

Unsere Preise:

- Einzelbucher: Nichtmitglied € 925,00
- Einzelbucher: Mitglied € 832,50

- Paketpreis: Mitglied für 2 Teilnehmer aus einem oder befreundetem Haus € 1.480,00 (Ersparnis € 185,00)
- Paketpreis: Mitglied für 3 Teilnehmer aus einem oder befreundeten Häusern € 2.081,25 (Ersparnis € 416,25)
- Paketpreis: Mitglied für 4 Teilnehmer aus einem oder befreundeten Häusern € 2.490,00 (Ersparnis € 840,00)

Inhalte

1. Megatrends und ihre Auswirkungen auf kundenzentriertes und verhaltensökonomisch ausgerichtetes innovatives Angebot
2. Ausgewählte verhaltensökonomische Effekte: Theorie und konkrete Anwendung für Genossenschaftsbanken
3. Das Managementkonzept der kundenzentrierten Preis- und Angebotsdifferenzierung verstehen
4. Tools und Methoden für die kundenzentrierte 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, Kundenzentrierung/Verhaltensökonomie) auf die zukünftige genossenschaftliche kunden- und mitgliederzentrierte Vermarktung von innovativen Lösungen haben

können.

- Sie erfahren, welche Rolle die Verhaltensökonomie bei der kundenzentrierten 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, zu beachten haben.
- Mit Herrn Dr. Georg Wübker konnten wir einen ausgewiesenen Experten und Kenner unserer Gruppe gewinnen.
- Ihr Haus profitiert von einer attraktiven Preisgestaltung bei mehreren TeilnehmerInnen aus Ihrem und befreundeten Häusern (bspw. auch Kreisarbeitsgemeinschaften).

Dozenten

Dr. Georg Wübker

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