

Zahlreiche Produktmanager, Marketing-, F&E-Leiter und andere Führungskräfte aus namhaften Unternehmen haben an firmeninternen oder offenen Trainings mit Peter Kairies begeistert teilgenommen, z.B.: 1&1 Internet, 3M, ABB, Aebi Schmidt, Aerzener, Allweiler, Amphenol Tuchel, Analytic Jena, Arcor, Assa Abloy, Auerswald, Atmel, Balluff, BAUMER, Big Dutchman, Biotronik, BITZER, Böllhoff, BOSCH, Bosch Rexroth, Brugg, Bürkert, Canon, Ceratizit, Claas, Daimler, Danfoss, DEGUSSA, Dentsply, Dornier, Deutz, DOKA, Dormakaba, Dürr, Eaton, ebm papst, Elaxy, Emerson, Epcos, Eternit, Festo, Georg Fischer, Carl Freudenberg, Friadent, FRIATEC, Fronius, GEA, Geberit, GEZE, Giesecke & Devrient, Gilgen Doors, Gira, Gossen, Grundfos, Harting, Heidelberger Druckmaschinen, Hekatron, Hella, Hettich, Honeywell, Huber & Suhner, Institut für Mikrotechnik, Jetter, Jungheinrich, Kathrein Werke, KBA, Keba, KENDRO, Knauf, Knorr-Bremse, Kontron Elektr., KSB, Kuka, Kyocera, Landis+Gyr, LAUDA, Lenord Bauer, LEICA, Leitz, Lenze, Leoni, Liebherr, Lumberg, Lucas-Nülle, Magura, MED-EL, Metabo, Metrolux, Micro-Epsilon, MINOLTA, Morpho Cards, Multi-Contact, Murrelektronik, Oerlikon, Omicron, Pepperl+Fuchs, Philips, Phoenix Contact, Pilz, Prominent, RAFI, Rittal, ROTO FRANK, SAP, Sartorius, Schott, SEW Eurodrive, SIEMENS, SMA, Somfy, SSI Schäfer, STIHL, Swisscom, tectis, Tehalit, Testo, Toshiba, Trilux, Tyco Electronics, Unilux, Vaillant, Viega, Viessmann, Vishay, Voith, Wago, WashTec, Wavetek, Web.de, Weidmüller, WestfaliaSurgeWieland, WIKA, Wincor Nixdorf, Würth, ZEISS, Zehnder u.v.m.

So urteilen unsere Teilnehmer des Seminars:

„Besonders positiv war für mich der hohe Praxisbezug und die zahlreichen, leicht einsetzbaren Tools.“

Michael Gorski
KRAIBURG Austria GmbH & Co. KG

„Das Seminar war in einigen Bereichen ein Augenöffner bzgl. Themen, Templates und Methoden. Gerne wieder.“

Stefan Ring
OBO Bettermann Holding GmbH & Co. KG

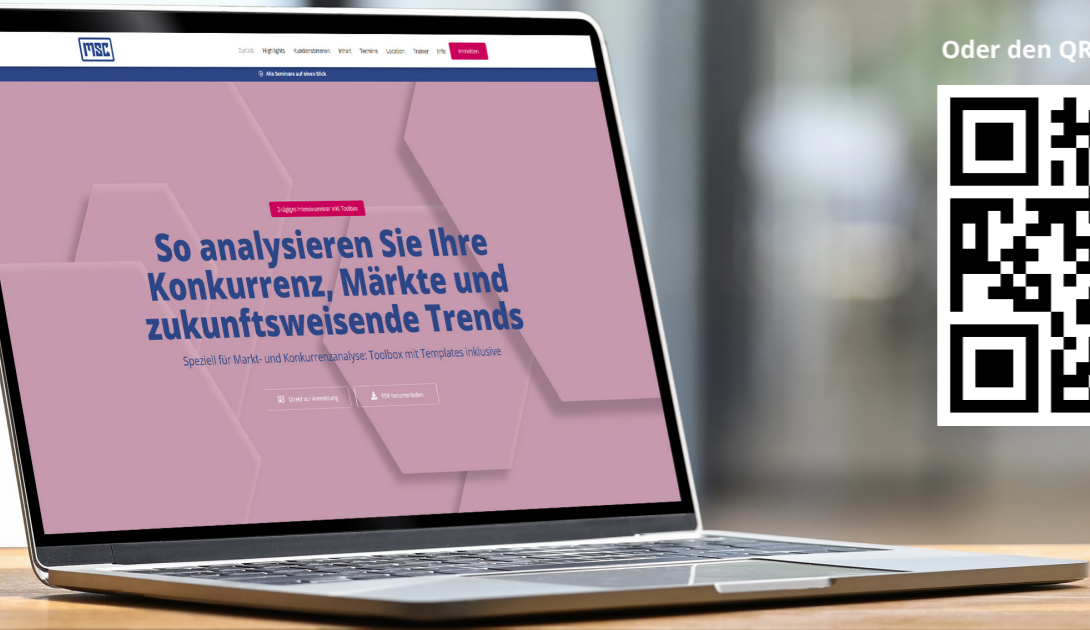
„Sehr kurzweilig und praxisnah – vielen Dank!“

Daniela Birkigt
Bausch-Ströbel SE Co. KG

Weitere Stimmen von Teilnehmern finden Sie unter peterkairies.de/teilnehmerstimmen

Termine & Anmeldung unter:
peterkairies.de/konk

Oder den QR-Code scannen:



Speziell für Markt- und Konkurrenzanalyse: Toolbox mit Templates inklusive



SO ANALYSIEREN SIE IHRE KONKURRENZ, MÄRKTE UND ZUKUNFTSWEISENDE TRENDS

2-tägiges Seminar inkl. Toolbox

Trainer: Robert Fodor

- ▶ Wie Sie systematisch aktuelle Markt- und Wettbewerbsinformationen gewinnen
- ▶ Welche relevanten Markt- und Wettbewerbskennzahlen Sie unbedingt benötigen
- ▶ Welche Online-Tools, Tipps und Tricks Ihnen helfen, mit der wachsenden Informationsflut fertig zu werden
- ▶ Welche wichtigen KI-Tools Sie kennen und unbedingt in Ihrem Arbeitsalltag anwenden sollten
- ▶ Wie Sie internationale „Zielgruppen- und Wettbewerbskompetenz“ gezielt aufbauen
- ▶ Wie Sie Konkurrenzinformationen für Produktpositionierungen und überzeugende Argumente nutzen
- ▶ Wie Sie erfolgreich internationale Produktstrategien trend-based umsetzen
- ▶ Wie Sie KI nutzen, um Marktanalysen zu erstellen und beeindruckend zu präsentieren

SEMINAR

Grundlagen und Arbeitstechniken kompakt und verständlich.



CIS

Systematik: Competitive Intelligence System.

Best Practise Training an konkreten Beispielen.



TOOLBOX

Templates und Beispiele inklusive.

Präsentieren Sie Markt- und Wettbewerbsanalysen beeindruckend.

Lernen Sie die Systematik der Profis kennen.

Mit dem richtigen Competitive Intelligence System sind Sie Ihren Wettbewerbern immer einen Schritt voraus.



ZIELGRUPPE

Unternehmen der Investitionsgüterindustrie, Unternehmen, die technische oder beratungsintensive Produkte herstellen und/oder vertreiben, Software- und Dienstleistungsunternehmen.

TEILNEHMER

- Produktmanager
- Assistenten der Geschäftsführung
- Leiter und Mitarbeiter aus den Abteilungen:
 - Markt- und Wettbewerbsforschung
 - Marketing und Vertrieb
 - Kundendienst
 - Entwicklung
 - Key-Account-Management

LEISTUNGEN / GEBÜHREN

Die Teilnahmegebühr für beide Seminartage beträgt:

1.540,- Euro

zzgl. gesetzl. MwSt.

In der Gebühr sind enthalten:

- 2 Tage Seminar
- Seminarunterlagen
- Zertifikat nach Abschluss des Seminars
- Buch: „So analysieren Sie Ihre Konkurrenz“ von Peter Kairies
- MSC-Praxistoolbox (Einzellizenz zum Download)
- 2 Mittagsmenüs und Konferenzgetränke

SEMINARORT / SEMINARZEITEN

NH Heidelberg
Bergheimer Str. 91
69115 Heidelberg

1. Seminartag: 9.00 bis ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag: 8.30 Uhr bis 15.00 Uhr

Bitte nehmen Sie Ihre Zimmerreservierung selbst vor. Weitere Infos dazu finden Sie auf unserer Website: peterkairies.de/konk

KONTAKT / INFORMATION

MSC Management Seminar Center GmbH
Kurpfalzstr. 114
D-74889 Sinsheim

+49 (0) 7261-4727
info@msc-seminare.com
peterkairies.de

RÜCKTRITTSBEDINGUNGEN

Bei Stornierungen (ausschließlich schriftlich) bis 4 Wochen vor Seminarbeginn erfolgt eine Gutschrift in voller Höhe der Teilnehmergebühren. Bei Absagen zwischen der 4. und 2. Woche vor Seminarbeginn wird die halbe Gebühr in Rechnung gestellt. Bei späteren Stornierungen wird die gesamte Gebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Seminarinhalte Tag 1

Warum permanente Markt-, Wettbewerbs- und Trendanalyse immer wichtiger wird

- Verdrängungswettbewerb, neue Player und disruptive Geschäftsmodelle
- Nutzen von Markt- und Wettbewerbsanalyse für Ihr Unternehmen

Die 10 Bausteine des Competitive Intelligence System

Wie Sie Marktpotenziale erkennen und einschätzen

- Marktsegmentierung
- Wertschöpfungsketten und Leitprodukte
- Customer Pain Points und Needs

Wie Sie die relevanten Wettbewerber identifizieren

- Klassifizieren nach Gefährdungspotenzial
- Marktsegment-Matrix
- Welche Alternativen vergleicht Ihr Kunde wirklich?

Was sie über Ihren Markt und Ihren Wettbewerber wissen sollten

- Festlegen und Priorisieren von Informationsfeldern
- Key Intelligence Topics
 - Unternehmenssteckbrief, Profil, Strategie
 - Marktpositionierung
 - Produkte und Dienstleistungen, Preisverhalten
 - Marktauftritt: Kommunikation
- Kritische Erfolgsfaktoren (KFS)
- Relevante Marktkennzahlen (MV, MP, Marktanteile)

Wie Sie relevante Markt- und Wettbewerbsinformationen gewinnen

- Interne Quellen und Netzwerk
 - Desk Research „Intelligente“ Quellen für Unternehmens- und Produktinformationen
 - Nützliche Online- und KI-Tools
 - Analyse der Websites und Aktivitäten von Wettbewerbern
 - Webwatching
- Field Research
 - Insights for Ort
 - 3-Stufenmethode zum Ausfragen von Wettbewerbern
 - Kundeninterviews

Wie Sie mit KI schneller zu besseren Ergebnissen kommen

- Die effizientesten KI Tools für Ihre Aufgaben
- Wie Sie KI nutzen um Zeit zu sparen

Wie Sie auf die richtigen Trends setzen

- Globale und branchenspezifische Trends
- Welche Trends sind Kernchance, Risiko oder nur Rauschen?
- Mit Trend-Steckbriefen das Produktportfolio steuern und Produkte zukunftssicher gestalten

Seminarinhalte Tag 2

Wie Sie Markt- und Wettbewerbsdaten analysieren, benchmarken und überzeugend präsentieren

- Wettbewerbsübersicht und -vergleich
- Produktportfolio-Matrix und Gap-Analyse
- Marktsegment Ist- und Potenzial-Analyse
- Erfüllungsgrad der Key Buying Factors (KBF)
- Feature-Spiegel und Leistungsdatenmatrix
- Preis-Leistungs-Positionierung

Wie Sie ihr Competitive-Intelligence-System umsetzungsstark organisieren

- Verantwortungsmatrix
- Internationales Netzwerk
- Think global – act local
- Umsetzung: Systematisch mit dem Strategiekalender zur Produktroadmap

Wie professionelles Reporting für bessere Entscheidungen sorgt

- Zielgruppengerechtes Reporting
- Standards, Dashboards und Templates

Wie Sie Analysen in Erfolgsstrategien für Portfolien und Produkte umsetzen

- Strategische Positionierung, Marktbearbeitung und neue Geschäftsmodelle
- SWOT
- Blue Ocean Strategie

Analyse des eigenen Competitive Intelligence Systems

- Anhand eines Leitfadens analysieren Sie die Professionalität der Konkurrenzanalyse in Ihrem Unternehmen
- Welche konkreten Verbesserungsmöglichkeiten gibt es für Ihr Unternehmen?
- Diskussion der Ergebnisse

Praxisbezug

- Durchgehendes B2B-Fallbeispiel: von der Marktsegmentierung bis zur Maßnahmenplanung
- Gruppenarbeiten zu Trendbewertung, Wettbewerberprofilen, Markt- und Produktanalysen
- Reifegrad-Check: Wie professionell ist Ihr Unternehmen heute aufgestellt?
- Konkrete To-Dos für die ersten 30 Tage nach dem Seminar

TRAINER



Robert Fodor verfügt über langjährige Erfahrung als interner Consultant bei der KUKA Deutschland GmbH, als Management Trainer und Coach für internationale B2B-Unternehmen.

Er versteht es, Brücken zwischen technischen und kaufmännischen Bereichen zu schlagen und damit Produktstrategien gesamtgesellschaftlich erfolgreich umzusetzen. Robert Fodor studierte Physik und Betriebswirtschaft und hat 20 Jahre Praxiserfahrung als Fach- und Führungskraft im Produkt- und Projektmanagement. Seine Erfahrungen sammelte er in der Telekommunikation, Automatisierungstechnik, Robotik, Medizintechnik und Pharma- und Biotechnologie.

Er ist PMI zertifizierter Projektleiter, systemischer Coach und leitete erfolgreich mehrere große internationale Markteinführungsprojekte.

Experte für:

- Produktmanagement
- Konkurrenzanalyse und Market Intelligence
- Value Proposition Design
- Produktdefinition und Markteinführung

IHR BEITRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Eines ist sicher: Zukünftig wird sich der Verdrängungswettbewerb weiter verschärfen. Wer sich auf dem Markt behaupten will, braucht nicht nur fundiertes Wissen über seine Kunden, sondern auch über seine Konkurrenten und eine praxismotivierte Systematik, um aus der Informationsflut das Wesentliche abzuleiten.

Leider befindet sich dieses Wissen oftmals verstreut in verschiedenen Abteilungen. Wertvolle Konkurrenzinformationen dürfen nicht verloren gehen. Sie müssen in aufbereiteter Form zur Verfügung gestellt werden, damit diese in Geschäftsleitung, Vertrieb, Marketing, Produktmanagement und Entwicklung sinnvoll genutzt werden können. In Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen der Industrie wurde ein Konkurrenz-Informationssystem (Competitive Intelligence System) entwickelt, das von der effizienten Beschaffung über die Archivierung und Auswertung bis hin zum Reporting und zur Nutzung der Daten reicht.

Das Konzept des „Competitive Intelligence Systems“ wird Ihnen im Seminar als gebündeltes Know-how vermittelt.

METHODIK

Kurze Impulse wechseln sich ab mit Gruppenarbeiten, Fallstudien und der Anwendung praxiserprobter Templates.

Sie analysieren Wettbewerber, bewerten Strategien, präsentieren Ergebnisse – und erleben, wie KI und Tools Sie dabei auf ein höheres Level heben. Sie erwartet aktives Lernen, konkreter Praxistransfer – und direkt nutzbarer Mehrwert für Ihre Arbeit. Erfahrungsaustausch und aktuelle Beispiele aus der Praxis zeigen Ihnen: „Wie machen es andere?“