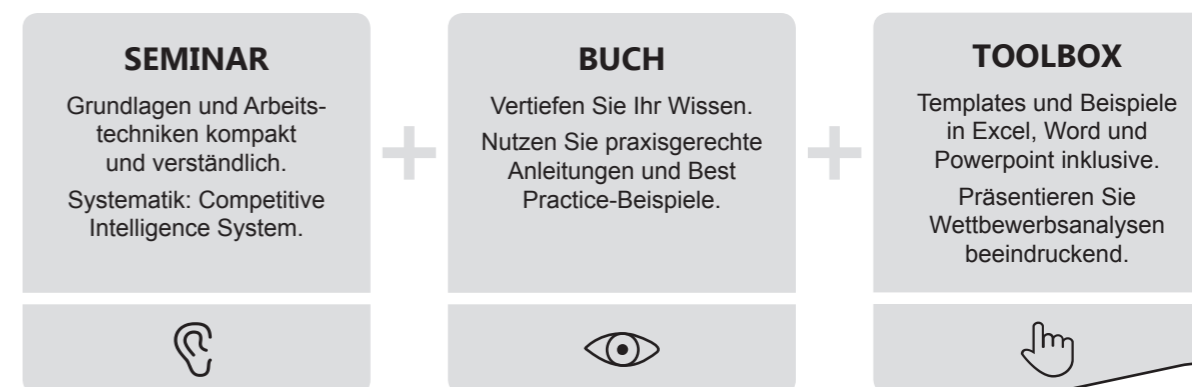


# So analysieren Sie Ihre Konkurrenz

Speziell für Markt- und Konkurrenzanalysen: Toolbox mit Templates inklusive

Ihr Trainer:  
**Peter Kairies**

- Wie Sie systematisch aktuelle Wettbewerbsinformationen gewinnen
- Welche relevanten Markt- und Wettbewerberkennzahlen Sie unbedingt benötigen
- Welche Online-Tools, Tipps und Tricks Ihnen helfen, mit der wachsenden Informationsflut fertig zu werden
- Welche Methoden Sie unbedingt anwenden sollten
- Wie Sie internationale „Wettbewerbskompetenz“ gezielt aufbauen
- Wie Sie Konkurrenzinformationen für Produktpositionierungen und überzeugende Argumente nutzen
- Wie Sie Konkurrenzinformationen in Erfolgsstrategien umsetzen
- Wie Sie professionell Konkurrenzanalysen erstellen und beeindruckend präsentieren



Neu: „Automatisch“ Portfolio-Diagramme erstellen

Lernen Sie die Systematik der Profis kennen.  
Mit dem richtigen Konkurrenz-Informationssystem sind Sie Ihren Wettbewerbern immer einen Schritt voraus.

Training und Tools für Ihren Erfolg

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, ABB, Aebi, Amphenol Tuchel, Applied Materials, Arcor, Ascom, Assa Abloy, Auerswald, Atmel, Balluff, Balzers, BAUMER, Big Dutchman, Biotronik, Blanco, Böllhoff, BOSCH, Bosch Rexroth, Brugg, Bürkert, Canon, Ceratizit, Claas, Daimler, Dell, DEGUSSA, Dentsply, Dornier, Deutz, DOKA, Dürr, EADS, Eaton, Elaxy, Emerson, Epson, Eternit, Festo, Georg Fischer, Frankotyp Postalia, Carl Freudenberg, Friadent, FRIATEC, Geberit, 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, Lenord Bauer, LEICA, LEITZ, Lenze, Leoni, Liebherr, Lumberg, Lucas-Nülle, Mage Solar, MED-EL, Metabo, Metrolux, Micro-Epsilon, MINOLTA, Morpho Cards, Multi-Contact, Murrelektronik, Oerlikon, Omicron, Pepperl+Fuchs, Philips, Phoenix Contact, Pilz, Prominent, RAFI, Rittal, Rohde & Schwarz, ROTO FRANK, SAP, Sartorius, Schott, SEW Eurodrive, SIEMENS, SMA, Solarworld, Somfy, SSI Schäfer, STIHL, Swisscom, tectis, Testo, Toshiba, Trilux, Tyco Electronics, Unilux, Vaillant, Viega, Viessmann, Vishay, Voith, Wago, WashTec, Wavetek, Web.de, Weidmüller, Westfalia Separator, Wieland, WIKA, Wincor Nixdorf, Würth, ZEISS, Zehnder u.v.m. [Seminarbeurteilungen von Teilnehmern finden Sie unter www.peterkairies.de/testimonials](http://www.peterkairies.de/testimonials)

Einfach und schnell – Fax: +49 (0) 7261 -58 76

## ANMELDUNG

### So analysieren Sie Ihre Konkurrenz

- 22./23. Oktober 2019 NH Heidelberg
- 06./07. Februar 2020 NH Heidelberg
- 01./02. Oktober 2020 NH Heidelberg



## HOTELRESERVIERUNG

Name  Bitte reservieren Sie für mich im o.g. Hotel:  
 1 Einzelzimmer  1 Doppelzimmer

Firma

Abteilung/Funktion  Anreisetag  Abreisetag

Straße

PLZ, Ort

Tel.-Nr.

E-Mail

Die Teilnehmergebühren in Höhe von 1.475,- Euro zzgl. gesetzl. MwSt. überweisen wir nach Erhalt der Rechnung.

### Informieren Sie mich bitte auch über:

#### Seminare und Tagungen:

- 8-Tage-Lehrgang „Certified Product Manager“
- 4-Tage-Seminar „Praxis und Arbeitstechniken des Produktmanagements“
- „Argumentationstraining für Produktmanager“
- „Tooltraining für Produktmanager“
- „Moderne Führungsmethoden für Projektleiter“
- MSC-Jahrestagung für Produktmanager

#### Tools für Produktmanager:

- MSC-Praxistoolbox für Produktmanager

Datum  Unterschrift

## ZIELGRUPPE

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

## TEILNEHMER

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

## LEISTUNGEN / GEBÜHREN

Die Teilnehmergebühr für beide Trainingstage beträgt: 1.475,- Euro zzgl. gesetzl. MwSt.

### In der Gebühr sind enthalten:

- 2 Tage Seminar
- Seminarunterlagen
- Buch: „So analysieren Sie Ihre Konkurrenz“
- Toolbox mit Templates, Checklisten und Beispielen (Excel, Word, Powerpoint)
- 2 Mittagmenüs und Konferenzgetränke

## SEMINARORT / SEMINARZEITEN

NH Heidelberg  
Bergheimer Str. 91  
69115 Heidelberg

- 1. Seminartag: 9.00 bis ca. 18.00 Uhr
- 2. Seminartag: 9.00 bis 16.00 Uhr

## ANMELDUNG / INFORMATION

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

Tel.: +49(0)7261-4727  
Fax: +49(0)7261-5876  
kairies-beratung@t-online.de  
www.peterkairies.de

## ZIMMERRESERVIERUNG / ANREISE

Unsere Seminare finden in ausgesuchten Hotels gehobener Klasse statt. Sonderpreise für Übernachtungen aufgrund bestehender Vereinbarungen geben wir an unsere Teilnehmer weiter. Auf Wunsch nehmen wir für Sie die Zimmerreservierung im o.g. oder in einem alternativen Hotel einer anderen Preisklasse auf Ihren Namen vor. Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie eine Anfahrtsbeschreibung.

## 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.

# Trainingstag 1

- Warum permanente Konkurrenzüberwachung immer wichtiger wird**
  - Verdrängungswettbewerb und Konsequenzen
- Ziele und Aufgaben der Konkurrenzanalyse**
- Wie Sie ein Konkurrenz-Informationssystem aufbauen**
  - 10 Bausteine des Competitive Intelligence Systems
- Wie Sie relevante Markt- und Wettbewerbsinformationen gewinnen**
  - Interne Quellen**
  - Internationales Netzwerk**
  - Desk-Research**
    - „Intelligente“ Quellen für Unternehmens- und Produktinformationen
    - Internet: Nützliche Online-Tools
    - Analyse der Websites und Aktivitäten
    - Webwatching und Online-Datenbanken
  - Field-Research**
    - Kundeninterview, Messen
    - 3-Stufenmethode zum Ausfragen von Wettbewerbern
- Was Sie über Ihren Wettbewerb wissen sollten**
  - Klassifikation von Wettbewerbern
  - 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)
  - Quellenmatrix
  - Beispiele
- Wie Sie Markt- und Konkurrenzanalysen auswerten und überzeugend präsentieren**

### 6.1 Teil 1

- Visualisierungstechniken und Tools
- Bewerten kritischer Erfolgsfaktoren von Wettbewerbern
- Produktvergleiche, Benchmarking
- Produktprogramm-Analyse
- Funktionen-Spiegel, Leistungsdatenmatrix
- Stärken/Schwächen-Analyse von Produkten und Dienstleistungen
- Erfüllungsgrad der Key Buying Factors
- Preis-Leistungs-Positionierung
- Five Forces

# Trainingstag 2

### 6.2 Teil 2

- Win-Order/Lost-Order-Analysen
- Wirkungsanalyse Marktauftritt: Internet und Printmedien
- Chancen/Gefahren-Analyse, SWOT
- Bewertung von Produkten nach dem Scoring-Modell
- Strategische Hilfsmittel
- Portfolio-Analysen (Beispiele)
- Anwendungsbeispiele aus der Praxis
- Templates der Toolbox

### 7. Fallstudie: Internationale Konkurrenzanalyse

- Unternehmen
- Produktprogramm, Produkte, Technik
- Dienstleistungen
- Preise und Preisverhalten
- Marktposition und Distribution
- Kommunikation
- Übergeordnete Ziele und Strategien

Fallbeispiel

### 8. Stand der Konkurrenzforschung in deutschen Unternehmen. Erkenntnisse der aktuellen Studie

### 9. Wie Sie die organisatorischen Voraussetzungen für mehr Effizienz schaffen

- Verantwortlichkeiten
- Aufgabenmatrix und Reporting

### 10. Wie Sie eine Wettbewerberdatenbank aufbauen

- Anforderungskatalog, Nutzen
- Aufwand, Pflege, Kosten
- Anbieterübersicht, Beispiele

### 11. Wie Sie Konkurrenzinformationen in Erfolgsstrategien umsetzen. Benchmarking: Vergleichen Sie sich mit dem Best-of-Class

- Konkurrenzgerichtete Strategien
- Blue-Ocean-Strategie
- 6 Stufen des Benchmarkingprozesses
- Reporting, Ableiten von Argumenten
- Argumentationshilfe für den Vertrieb

### 12. Analyse des eigenen Konkurrenz-Informationssystems

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

## Inklusive Buch und Toolbox



**Buch:**  
**So analysieren Sie Ihre Konkurrenz**  
Peter Kairies

10., neu bearbeitete und erweiterte Auflage 2017  
expert verlag, Tübingen

**Systemvoraussetzungen für die Toolbox:**  
Windows XP oder höher, Microsoft Office 2003 oder höher (Word, Excel, Powerpoint),  
Adobe Reader 9.0 oder höher

### Toolbox mit Templates

in Excel, Word und Powerpoint zu allen wichtigen Aufgaben der Konkurrenzanalyse

- ✓ Sofort nutzbare Methodenkompetenz
- ✓ Markt- und Wettbewerberwissen beeindruckend präsentieren
- ✓ Zeit sparen durch strukturiertes und kompetentes Vorgehen
- ✓ Überzeugen durch einheitliche Tools
- ✓ Neu: Portfolio-Analysen „automatisch“ in Excel erstellen
- ✓ Neu: Per „Klick“ Diagramme in Powerpoint zeichnen lassen

## REFERENT / TRAINER



**Peter Kairies** gilt als einer der renommiertesten Spezialisten für Konkurrenzanalyse und Trainer für das Produktmanagement. Dipl.-Ing., Studium der Verfahrenstechnik sowie Wirtschaftswissenschaften. 14 Jahre Industriepraxis in leitenden Positionen in Marketing, Produktmanagement und Vertrieb.

Über 20 Jahre Trainererfahrung. Mehr als **28.000 Teilnehmer**, davon etwa 16.000 Produktmanager haben seine Seminare besucht. Er coacht und trainiert Fach- und Führungskräfte in namhaften Unternehmen in den Bereichen Produktmanagement, Konkurrenzanalyse und Projektmanagement. Zahlreiche Veröffentlichungen.

Unter anderem Autor folgender Bücher: „So analysieren Sie Ihre Konkurrenz“ und „Professionelles Produktmanagement für die Investitionsgüterindustrie“.

## IHR BETRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

**Eines ist sicher:** Zukünftig wird sich der Verdrängungswettbewerb weiter verschärfen. Wer sich auf dem Markt behaupten will, braucht nicht nur **fundierte Wissen** über seine Kunden, sondern auch **über seine Konkurrenten** und eine **praxisgerechte 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.

Die Unternehmensberatung Kairies hat in Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen der Industrie 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.

## ZUM SEMINAR

- In diesem MSC-Seminar erhalten Sie einen umfassenden **Überblick über praxisgerechte Methoden** und Tools zur Durchführung von Konkurrenzanalysen.
- Die 10 Bausteine des „**Competitive Intelligence Systems**“ werden Ihnen als gebündeltes Know-how vermittelt.
- Sie erhalten **Templates, Checklisten** und konkrete Hilfe für die Umsetzung in die Praxis.
- Tipps und Tricks** helfen Ihnen im Umgang mit der Datenflut: In kürzester Zeit das Wesentliche auf den Punkt gebracht.
- Sie lernen, Konkurrenzdaten **geschickt auszuwerten und überzeugend zu präsentieren**.
- Dabei unterstützt Sie die im Preis enthaltene **Toolbox mit Templates und Beispielen**.
- Erfahrungsaustausch** und aktuelle Beispiele aus der Praxis zeigen Ihnen: „**Wie machen es andere?**“.

😊 **Damit ist sichergestellt, dass Sie das Gelernte sofort in Ihrer Praxis anwenden können.**

## METHODIK

Referate, Beispiele, Fallstudien, Arbeiten mit praxiserprobten Templates, Gruppenarbeiten, Präsentationen durch Teilnehmer, Diskussion und Erfahrungsaustausch.