

Industrielles B2B-Marketing

Zertifikatskurs der RWTH International Academy

02. – 04. November 2016

Erfolgsfaktoren im B2B-Marketing

19. - 20. Januar 2017

Implementierung des B2B-Marketing



Thinking the Future
Zukunft denken



„Companies that try to be everything to everybody usually end up being nothing to anyone.“

(R.S. Kaplan, D.P. Norton, 1996)

Vorwort

Immer wieder höre ich bei Inhouse-Trainings von Industrieunternehmen sinngemäß Folgendes:

„Neuerdings bin ich in meinem Aufgabengebiet auch mit Marketing- und Vertriebstätigkeiten betraut und arbeite an Strategien mit. Da höre ich von Begriffen, Konzepten und Tools, die offenbar wichtig sind. Deshalb bin ich hier, um besser zu durchschauen, wie mit solchen Begriffen und Methoden sinnvoll umzugehen ist. Ich möchte verstehen, was dahinter steckt und wie ich damit arbeiten soll“.

Falls Sie Ähnliches wünschen, freue ich mich auf Sie. Ich verabscheue das häufig wichtigtuerische „Marketingsprech“ bzw. die Modevokabeln, die sich nicht selten als alter Wein in neuen Schläuchen entpuppen. Ihnen vielmehr den Sinn und Zusammenhang zwischen zentralen Konzepten des B2B-Marketing und -Vertriebs anschaulich und verständlich aufzuzeigen, ist mir ein Anliegen. Meine Devise lautet: „Niemand verlässt den Raum, ohne alles Neue durchschaut zu haben – und zwar jeweils anhand eines passenden Beispiels“. Wie Sie für Ihren Bereich bei einer Strategieentwicklung mit etablierten Konzepten oder „Tools“ (wie etwa Five Forces-, SWOT- oder Portfolioanalyse) in Verbindung mit betriebswirtschaftlichen Kenngrößen aus dem Rechnungswesen passend umgehen sollten, lernen Sie an unseren Beispielen bzw. Fallstudien. Dabei aufkommende Fragen zur Anwendung solcher Arbeitshilfen sofort zu klären, betrachte ich als meine wichtigste Aufgabe. Denn die Fallstricke bei der Anwendung von Tools bzw. Methoden stehen ja nicht in den Fachbüchern.

Sie lernen in diesem Kurs, wie und warum Unternehmen in ihren Märkten erfolgsorientierte Schwerpunkte setzen, wie dies in markt- bzw. vertriebsbezogene Ziele „übersetzt“ werden kann – und wie aus solchen Zielen situationsgerechte Handlungspakete bzw. Aktivitäten abzuleiten sind. Die Umsetzung strategischer Vorhaben in konkretes Tun – genau dabei möchte ich Ihnen helfen.

Deshalb laden wir Sie ein, mit diesbezüglich Gleichgesinnten aus unterschiedlichen Branchen gemeinsam die Systematik und die Vorgehensweisen im industriellen B2B-Marketing und -Vertrieb nicht nur zu verstehen, sondern auch direkt anzuwenden.

Mit besten Grüßen,

Prof. Dr. Hartwig Steffenhagen
Lehrstuhl für Marketing der RWTH Aachen



Prof. Dr. Hartwig Steffenhagen

Lehrstuhl für Marketing der
RWTH Aachen

Lerninhalte

Lernziele

Im Kurs „Industrielles B2B-Marketing“ geht es um die Geschäftsbeziehungen zwischen industriellen Herstellern und Weiterverarbeitern oder gewerblichen Nutzern. Besonderheiten sind vor allem der enge Kontakt zum Abnehmer, aber auch die oft wenig transparente Datenlage zu Marktgröße, Marktanteilen, Anforderungen der Kunden, Verhalten der Konkurrenten u. a. m. Deshalb wird auf die praktische Bewältigung der erforderlichen Diagnose, Bewertungs- und Konzipierungsschritte im Marketing und Vertrieb eingegangen. Hierbei stehen die Vorgehensweisen bei der Ziel- und Budgetplanung, bei der Vertriebsarbeit, im Preismanagement, bei den Services und der Marktkommunikation im Mittelpunkt.

Der Kurs vermittelt nicht nur Grundlagen, sondern vor allem Vorgehensweisen und Methoden, die Sie direkt in der Praxis anwenden können und sollen. Diese werden unmittelbar durch Praxisbeispiele veranschaulicht und in Fallstudien (Gruppenarbeiten) trainiert. Mit einer Projektarbeit am Beispiel der eigenen Branche werden erworbene Fähigkeiten auf das eigene Unternehmensumfeld angewendet.

Die Kursstruktur bietet viel Raum für die Diskussion mit den Referenten und den anderen Teilnehmern. Anwendungen und eigene Erfahrungen werden diskutiert und die Beiträge aller Beteiligten in einer lebendigen Lernumgebung miteinander verknüpft.

Format

Der Kurs besteht aus zwei Modulen von 3 bzw. 2 Präsenztagen sowie einer Selbstlernphase, in der Gelerntes auf ein Projekt angewendet wird.

In der ersten 3-tägigen Präsenzphase an der RWTH Aachen werden Strategien und Geschäftsmodelle im Industriegütermarketing bzw. -vertrieb, die wichtigsten Arbeitsschritte bei der konzeptionellen Marketing- und Vertriebsarbeit sowie das Preismanagement behandelt.

In den Wochen zwischen den Modulen bearbeiten Sie eine Aufgabenstellung mit Bezug zu Ihrer Branche. Während der Projektphase haben Sie die Möglichkeit, in einem persönlichen Telefonat mit dem Dozenten oder per E-Mail Ihren aktuellen Arbeitsstand zu besprechen und offene Fragen zu klären.

Am ersten Tag des zweiten Moduls präsentieren Sie Ihre Projektarbeit und bekommen Feedback der Referenten und der anderen Kursteilnehmer. Im Anschluss stehen die Themen Business Planning, Kundenkonzepte und Marktkommunikation im Fokus. Der Kurs endet mit der Zertifikatsprüfung und Vergabe der Zertifikate.



Programm

MODUL I : 02. – 04. NOVEMBER 2016

Mittwoch, 10.00 – 18.00 Uhr

10.00 – 11.15	Charakteristika des B2B-Marketing Prof. H. Steffenhagen
11.30 – 13.00	Was Strategie im Industriegütermarketing bedeutet Prof. H. Steffenhagen
13.00 – 14.00	Mittagspause
14.00 – 15.15	Fallstudie „Swizz AG“: Priorisierung von Märkten Prof. H. Steffenhagen
15.45 – 17.00	Strategieentwicklung: Prozess, Marktstrukturierung und interne Analyse Prof. H. Steffenhagen
17.15 – 18.00	Marktattraktivität ermitteln Prof. H. Steffenhagen
ab 19.00	gemeinsame Abendveranstaltung

Donnerstag, 8.30 – 18.00 Uhr

08.30 – 9.45	Fortsetzung: Marktattraktivität ermitteln Prof. H. Steffenhagen
10.00 – 11.15	Stärken-Schwächen-Analyse Prof. H. Steffenhagen
11.30 – 13.00	Fallstudie „GFS“: Wettbewerbsdiagnose Prof. H. Steffenhagen
13.00 – 14.00	Mittagspause
14.00 – 15.15	Marktbezogene Schwerpunkte und Ressourcenzuweisung Prof. H. Steffenhagen
15.45 – 18.00	„Special Issues“ des Relationship Marketing Prof. F. Siems

Freitag, 8.30 – 17.30 Uhr

08.30 – 9.45	Referenzpreise und Preisverhandlungen Prof. F. Siems
10.00 – 13.00	Preismanagement Dr. R. Schmidt
13.00 – 14.00	Mittagspause
14.00 – 15.15	Fortsetzung: Preismanagement Dr. R. Schmidt
15.45 – 17.00	Informationsgewinnung über Märkte Prof. H. Steffenhagen
17.15 – 17.30	Vergabe der Projektarbeiten Prof. H. Steffenhagen

MODUL II : 19. – 20. JANUAR 2017

Projektarbeit und Selbstlernphase

Praxisarbeit: Learning by doing

Das Kursteam steht Ihnen per E-Mail oder in einem persönlichen Telefongespräch für Feedback und Input zur Verfügung.

Donnerstag, 8.30 – 18.00 Uhr

08.30 – 09.45	Präsentation der Projektarbeiten Prof. H. Steffenhagen
10.00 – 11.15	Fortsetzung: Präsentation der Projektarbeiten und Informationsgewinnung über Märkte Prof. H. Steffenhagen
11.30 – 13.00	Ziele, Aktivitäten und Kosten planen sowie Strategiealternativen vergleichend bewerten Prof. H. Steffenhagen
13.00 – 14.00	Mittagspause
14.00 – 17.00	Fallstudie „GFS“: Business-Plan für Turnaround Prof. H. Steffenhagen
17.00 – 18.00	Selbststudium: Prüfungsvorbereitung

Freitag, 8.30 – 15.15 Uhr

08.30 – 09.45	Kundenkonzepte für die Vertriebsarbeit Prof. H. Steffenhagen
10.00 – 11.15	B2B-Marktkommunikation: Ziele und Werbemittel Prof. H. Steffenhagen
11.30 – 13.00	Zertifikatsprüfung
13.00 – 14.00	Mittagspause
14.00 – 15.15	Abschlussbesprechung und Vergabe der Zertifikate

Dozenten und Lernerfolge

Univ.-Prof. Dr. Hartwig Steffenhagen studierte nach einer Banklehre Betriebswirtschaftslehre in München. Nach Tätigkeit in der Industrie (Unilever Gruppe Hamburg) wurde er Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Marketing der Universität Münster, promovierte dort 1972 und habilitierte sich 1976.

Mehr als dreißig Jahre war er Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmenspolitik und Marketing der RWTH Aachen University. Ebenso lange trainiert und berät er Führungskräfte der Industrie im In- und Ausland. Als einer der Gründer der team steffenhagen consulting GmbH ist er aufgrund vielfältiger Projekte in unterschiedlichen Branchen gut „geerdet“.



Prof. Dr. Hartwig Steffenhagen

Lehrstuhl für Marketing der RWTH Aachen

Univ.-Prof. Dr. Florian U. Siems ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Marketing an der Technischen Universität Dresden. Vorherige berufliche Stationen waren u.a. die RWTH Aachen University (Professur für Technologie- und Dienstleistungsmarketing, 2012-2013; Juniorprofessur der durch die „Exzellenz Initiative“ geförderten Juniorprofessur für Business-to-Business-Marketing, 2008-2012), die Fachhochschule Salzburg (Professur und Fachbereichsleitung Marketing, 2005-2008), die TU München (Lehrauftrag, 2003-2005) sowie die Universität Basel (wissenschaftlicher Mitarbeiter, 1998-2005, Promotion „summa cum laude“ 2002).

Neben seinen Tätigkeiten an Hochschulen war und ist Florian Siems auch in der Praxis aktiv, u.a. als Consultant (angestellt: 1998-2005; selbständig: seit 2005) und Coach.



Prof. Dr. Florian Siems

Lehrstuhl für Marketing an der TU Dresden

Dr. Ralf Schmidt ist geschäftsführender Gesellschafter der team steffenhagen consulting GmbH. Er ist verantwortlich für Beratungstätigkeiten und Trainings mit Fokus auf die Chemische und Life Science Industrie. In diesem Bereich sammelte er bereits mehr als 20 Jahre Beratungserfahrung, insbesondere zu den Themen Pricing und Value Pricing. Weitere Themenschwerpunkte von Ralf Schmidt sind Strategisches Marketing sowie Marketing & Sales Excellence. Ralf Schmidt studierte Betriebswirtschaftslehre in Aachen und promovierte im Bereich Marketing.

Zu seinen Kunden zählen neben großen Global Playern, wie bspw. BASF, Bayer oder Cargill auch zahlreiche europäische mittelständische Unternehmen der Chemie- und Life Science Industrie. Im Laufe seiner Beratertätigkeit war Ralf Schmidt darüber hinaus u.a. auch für Kunden der Telekommunikationsindustrie, der IT-Branche, der Stahlindustrie sowie des Gesundheitswesens tätig. Er ist Mitglied der Professional Pricing Society und der European Pricing Platform.



Dr. Ralf Schmidt

Geschäftsführender Gesellschafter team steffenhagen consulting GmbH

Zielgruppe und Mehrwerte

Der Zertifikatskurs richtet sich an Berufsgruppen bzw. Führungskräfte, die im Marketing oder Vertrieb eines Unternehmens des B2B-Sektors arbeiten und ihre Kenntnisse über aktuelle Konzepte, Methoden und Tools zur marktbezogenen Strategiefindung auf eine solide Grundlage stellen möchten. Auch für Personen, die im Controlling oder der Produktionsplanung als unternehmensinterne Lieferanten wichtiger Informationen an der Entwicklung solcher Strategien mitwirken, ist dieses Kursangebot ideal.

Insbesondere eignet sich die Teilnahme am Zertifikatskurs für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Branchen Maschinen- und Anlagenbau, Elektrotechnik, Logistik, Chemie, Bauindustrie sowie für industrielle Dienstleister.

Zusammengefasst bietet Ihnen der Kurs folgende Mehrwerte:

- Durchgängige wissenschaftliche Leitung und Qualitätssicherung durch RWTH-Professor Hartwig Steffenhagen
- Professor Florian Siems als wissenschaftlicher Co-Referent und Dr. Ralf Schmidt als Praxisvertreter
- Vermittlung eines soliden Überblicks über Konzepte und Zusammenhänge bei der Entwicklung marktbezogener Strategien
- Anwendbare Methoden und Tools für die Schritte im Prozess der Strategiefindung
- Die Herausforderung, Teile des Gelernten unmittelbar am eigenen Arbeitsgebiet anwenden zu können und dabei Unterstützung und vor allem Feedback zu bekommen
- Konsistente Unterlagen für Ihren jederzeitigen Rückgriff auf die Kursinhalte
- Ausbau Ihres Netzwerks
- Bei erfolgreichem Abschluss erhalten Sie das offizielle Zertifikat der RWTH Aachen University

Abschluss

Zum erfolgreichen Abschluss des Kurses erbringen die Teilnehmer zwei Prüfungsleistungen: das Bearbeiten einer Projektarbeit sowie das Bestehen einer Klausur am Ende des Kurses. Eine Betreuung bei der Bearbeitung der Fallstudie sowie die Vorbereitung auf die Klausur durch die Universitätsdozenten wird gewährleistet.

Auf Basis beider Prüfungsleistungen erhalten die Teilnehmer ein Zertifikat der RWTH Aachen University. In dem offiziellen Universitätszertifikat sind Umfang und Inhalte des Kurses beschrieben.



Inhaltlicher Überblick

Zertifikatskurs „Industrielles B2B-Marketing“

Besondere Aspekte der Marktorientierung im B2B-Marketing
Unterschiedliche „Geschäftstypen“ im Industriegütermarketing
Der Austausch im Markt als generelle theoretische Basis
Die Portfolio-Strategie und der Mehrebenengedanke zu Portfolio-Strategien im Unternehmen

Positionierung und Kundennutzen
Das Konzept der „supplier role“ bzw. des „customer interaction model“
Zusammenhang mit Geschäftsmodellen

Strategieentwicklung als ein Prozess
Kriterien der Markt- bzw. Marktsegment-Attraktivität
Verfahren der Marktvolumenprognose
Die Porter'schen „5 Forces“ zur Beurteilung der Marktattraktivität

Quellgebiete möglicher Wettbewerbsvor- bzw. -nachteile
Stärken und Schwächen im Kundenurteil
Stärken und Schwächen in Fähigkeiten und Ressourcen

Der Preis und das eigene Konditionensystem als Marketing-Instrument
Der Preismanagement-Prozess: Das „Pricing-Rad“
Zahlungsbereitschaft und Kundennutzen: Value Pricing
Services verpreisen, aber wie?

Bestimmung des Marktvolumens bzw. Marktsegmentvolumens in Industriegütermärkten
Herausfinden, was dem Kunden wichtig ist!
Systematische Konkurrenzforschung: Eine Herausforderung!
Erkenntnispotentiale der Kunden-Zufriedenheitsforschung

Kreativität, Wirkungsgespür und Kalkül: Grundlagen jeder Marketing-Planung
Die Grundstruktur einer profitabilitätsorientierten Marketing-Planung
In Alternativen denken: „Wie wär's mit Plan B“?

Inhalte eines Kundenkonzepts
Attraktivität der Kunden: Nicht „alles für alle“!
Agieren im Laufe des Kunden-Lebenszyklusses

Instrumente und Ziele der Marktkommunikation
Der „stimmige“ Werbemix: Basis für verkaufsorientierte Wirkungen
Gestaltungsfragen: ein weites Feld...

Stimmen der Alumni

„Der Zertifikatskurs „Industrielles B2B-Marketing“ der RWTH Aachen ist eine hervorragende Möglichkeit, in einer kurzen Zeit einen sehr umfassenden Überblick der Welt des Marketings zu erhalten. Praxisorientiert und klar strukturiert bot dieser Kurs gerade für Personen mit technischem Hintergrund die ideale Basis für die Bewältigung der alltäglichen Herausforderungen im Marketing. Es immer eine Freude, mit dem Dozenten-Team um Prof. Dr. Steffenhagen an den Themen zu arbeiten.“



Sascha Henke

Saint-Gobain Performance Plastics
Pampus GmbH

„Kompetente und gleichzeitig unterhaltsame Dozenten schaffen es scheinbar spielend leicht, ein komplexes Thema strukturiert und praxisnah aufzubereiten, dass es sowohl für Marketing-Fachleute als auch Ingenieure interessant ist. Ein Muss für jeden, der in irgendeiner Form mit dem Thema Marketing im B2B Bereich zu tun hat und auf der Suche nach einer Schulung ist, deren Inhalte er direkt in seine berufliche Praxis übernehmen kann.“



Steffanie Rohr

Head of Marketing & Communications
Packaging, RKW SE

„100% anwendbares Wissen. Kompletter Werkzeugkoffer für B2B-Marketing. Begeistert und begeisternd vermittelt. Wertvoller Erfahrungsaustausch mit Kollegen aus Industrie und Dienstleistung.“



Stefan Quandt

MKM Mansfelder Kupfer und Messing
GmbH

Organisation

Veranstaltungsort

Der Kurs findet in den Seminarräumen der RWTH International Academy statt:

RWTH International Academy
Kackertstraße 10
52072 Aachen

Hotelkontingent

Ein Hotelkontingent haben wir im „Mercure Hotel Aachen am Dom“ für Sie eingerichtet. Die Kosten für ein Einzelzimmer inkl. Frühstück betragen voraussichtlich 95 € pro Nacht. Das Kontingent können Sie über das Stichwort „Industrielles B2B Marketing“ telefonisch oder per E-Mail bis vier Wochen vor Kursstart abrufen:

Hotel Mercure am Dom
Peterstraße 1
52062 Aachen
Tel.: 0241 - 1801-0
E-Mail: h5326@accor.com

Anmeldung

Die Teilnahme an dem Zertifikatskurs kostet 3.500 €. Die Kursgebühr ist gem. § 4 Nr. 21a) bb) USTG von der Umsatzsteuer befreit. Kursunterlagen, Verpflegung und Rahmenprogramm sind inbegriffen, nicht aber die Kosten für Übernachtung sowie An-/Abreise.

Um einen intensiven Austausch zwischen Teilnehmern und Dozenten sowie den Lernerfolg jedes einzelnen Teilnehmers zu gewährleisten, liegt die Maximalteilnehmerzahl bei 20 Personen. Bei Anmeldung von mehreren Personen eines Unternehmens werden Rabatte gewährt. Anmelden können Sie sich online über das Anmeldeformular auf weiterbildung.rwth-aachen.de/de/b2b oder per E-Mail an Jeannine Keßel.

Der Rücktritt ist schriftlich zu erklären. Im Falle des Rücktritts erhebt die RWTH International Academy eine Stornogebühr in Abhängigkeit vom Zeitpunkt des Rücktritts. Diese berechnet sich wie folgt: Bei einem Storno bis zu vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn fallen keine zusätzlichen Gebühren an, bis eine Woche vorher sind 50% der Gebühr zu bezahlen, im Falle einer Stornierung nach diesem Zeitpunkt werden 100% der Kosten fällig.



Organisation und Anmeldung

Jeannine Keßel
RWTH International Academy

Telefon: 0241 80 27 691
J.Kessel@academy.rwth-aachen.de

Anmeldeformular

Zertifikatskurs „Industrielles B2B-Marketing“ 2016

[] Hiermit melde ich mich verbindlich für den Zertifikatskurs „Industrielles B2B-Marketing“, Modul 1 und 2 + Selbstlernphase zu den Teilnahmegebühren von 3.500 € an.

Die Teilnahmegebühr beinhaltet die Kursunterlagen, Verpflegung während des Kurses sowie das Rahmenprogramm. Die Kursgebühr ist gem. § 4 Nr. 21a) bb) USTG von der Umsatzsteuer befreit.

Die AGB sind einsehbar unter weiterbildung.rwth-aachen.de/de/agb

Name, Vorname* _____

Titel _____

Firma / Institut* _____

Position _____

Abteilung _____

Strasse / Postfach* _____

PLZ / Ort* _____

Land* _____

Telefon* _____

Fax _____

E-Mail* _____

*Diese Daten sind erforderlich

Anmeldung

Sie können sich per E-Mail, Fax oder über unser elektronisches Anmeldeportal auf der Website der RWTH International Academy anmelden. Die Anmeldung wird durch schriftliche Bestätigung der RWTH International Academy rechtsverbindlich. Jeder rechtsverbindlichen Anmeldung liegen Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu Grunde. Die Teilnahmegebühr ist nach Rechnungserhalt fällig und per Überweisung zu zahlen. Bei nicht erfolgter Zahlung behält sich die RWTH International Academy eine Stornierung und Weitergabe des Platzes vor. Kommt der Teilnehmende in Zahlungsverzug, ist die RWTH International Academy berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz (§ 247 Abs. 1 BGB) p.a. zu fordern.

Datenschutz

Mit der Anmeldung erklären Sie sich damit einverstanden, dass Ihr Name und Ihre Dienstanschrift in das Teilnehmerverzeichnis aufgenommen und für die Zwecke der Veranstaltungsorganisation elektronisch verarbeitet und gespeichert wird. Sie erklären sich einverstanden, dass Fotografien der Veranstaltung, auf denen Sie u. U. abgebildet sind, auf der Homepage im Rahmen der Pressearbeit der RWTH International Academy sowie in firmeneigenen Printmedien veröffentlicht werden. Die Fotografien werden Ihnen vor Veröffentlichung zur privaten Nutzung zur Verfügung gestellt. Sie können der Verwendung durch die Academy im Einzelfall widersprechen.

Storno

Der Rücktritt ist schriftlich zu erklären. Bei einem Storno von bis zu vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn fallen keine zusätzlichen Gebühren an, bis eine Woche vorher sind 50% der Vertragsgebühren zu bezahlen, im Falle einer Stornierung nach diesem Zeitpunkt werden 100% der Vertragsgebühr fällig. Sollten sich wider Erwarten zu wenige Teilnehmer zu einer Veranstaltung anmelden so behält sich die RWTH International Academy das Recht vor, die Veranstaltung abzusagen. Dem Teilnehmer werden bereits gezahlte Gebühren in voller Höhe zurückerstattet. Weitergehende Ansprüche, insbesondere auf Ersatz von Reise- und Übernachtungskosten sowie Arbeitsausfall, sind ausgeschlossen.

Impressum

Herausgeber:
RWTH International Academy gGmbH
Kackertstr. 10
52072 Aachen
Telefon: +49 241 80 27691
j.kessel@academy.rwth-aachen.de
weiterbildung.rwth-aachen.de

Fotos:
RWTH International Academy