

BlackBox Produkt

Ist es nicht gerade bewunderungswert, dass unsere Welt zu einem riesigen Supermarkt wurde, wo der Kunde vielmehr für die Verpackung als für den Inhalt bezahlt? Ist es möglich zu ignorieren, dass die Hauptkonkurrenz heute nur zwischen Images statt findet? Und was müssen wir noch tun, um diese Tendenz in einen realen Umsatz umzuwandeln?

In unserem zweiteiligen Seminar erfahren Sie, was man mit dem eigentlichen Produkt zusammen verkaufen kann. Wir werden Ihr Produkt oder Dienstleistung als eine „Blackbox“ betrachten, wo auch Kundennutzen, Selbstidentifikation, Zukunftsaussichten und sonstige *Soft-Qualitäten (Botschaften)* hinzugehören. Danach gehen wir an den Regalen des Welt-Supermarktes vorbei und suchen für Ihre Blackbox eine passende *Marktnische*. Keine Sorge, wenn diese Nische schon besetzt ist: Wir finden an Ihrem Produkt seine exklusiven Besonderheiten und *differenzieren* es von anderen. Danach entwickeln wir ein *Produkt-Konzept*, damit die Kunden auch wissen, warum sie bei Ihnen Schlange stehen werden. Und am Ende versuchen wir, Ihr Produkt erfolgreich zu *präsentieren*: Ein passendes Bild und ein Claim werden Ihre Verpackung ganz schön versiegeln.

Teil 1. Positionierung.

- Soft-Qualitäten des Produktes,
- Produkt als Problemlösung,
- Marktnische,
- Differenzierung (*Be different or die!*).

Teil 2. Produktkonzept.

- Struktur eines Produktkonzeptes: Nutzen, Lösungen, Vorteile,
- Nachteile zu den Vorteilen machen,
- Produktkonzept als eine Message darstellen,
- Das Produkt richtig kommunizieren.

Zielgruppe: Verkaufs- bzw. Vertriebsmanager.

Dauer: 10 Std. (5 + 5 oder 2,5 x 4).

Preis: 350,- €

Versionen:

- Demo-Version,
- Workshops „Produktkonzept“, „Psychologie in der Werbung“.
- Full-Time-Version „Kundenorientierung“ (80 Std., Angebot für die Bildungsträger)

Zusatzmodule:

- keine.