

Produkt-, Preis- und Vertriebspolitik

MX1-25001

Zielgruppe

Mitarbeitende Marketing und/oder Vertrieb

Ihr Nutzen

- ✓ Sie kennen die Grundlagen der Produkt-, Preis-, und Vertriebspolitik.
- ✓ Sie kennen gängige Verfahren der Kundensegmentierung.
- ✓ Sie können bei der Durchführung der Produkt- und Produktportfoliogestaltung zuarbeiten.
- ✓ Weiterhin können Sie die Grundsätze der Preispolitik in der betrieblichen Praxis umsetzen. - Sie können absatzsteigernde Maßnahmen konzipieren und kennen Instrumente, um den Vertriebs Erfolg zu messen und zu kontrollieren.

Inhalt

- ✓ Kundensegmentierung
- ✓ Produktpolitik
 - ✓ Begriffsdefinitionen, Einflussfaktoren und Aktionsfelder der Produktpolitik > Nutzen und Kritik der Produkt-Lebens-Zyklus Theorie im Bankbereich > Gestaltung der Produkt- und Produktportfolios > Anwendung des Lebensphasenkonzepts für Portfolioentscheidungen
- ✓ Preispolitik
 - ✓ Einflussfaktoren, Aufgabenbereiche und Zielsetzungen der Preispolitik
 - ✓ Grundlagen der Kundengeschäftskalkulation
 - ✓ Bankspezifische Preismodelle
 - ✓ Wege aus der Preisdiskussion und Vergleichbarkeit
 - ✓ Übungen zur Unterstützung der Preispolitik im operativen Bereich
- ✓ Vertriebspolitik
 - ✓ Begriffsdefinition
 - ✓ Inhalt und Aufbau eines Vertriebskonzeptes
 - ✓ Vertriebswege für Finanzdienstleistungen und Vertriebswege-Mix unter Kosten- und Nutzenaspekten
 - ✓ Omnikanal-Banking
 - ✓ Grundlagen der Vertriebsplanung und – steuerung
 - ✓ Erarbeitung schlüssiger Vertriebsmaßnahmen in Anlehnung an strategisch festgelegte Rahmenbedingungen

Hinweis

Dieser Seminarbaustein aus dem Entwicklungsweg Marketing- und Vertriebsunterstützung ist auch einzeln buchbar und findet in Kooperation der ABG GmbH und der GenoAkademie GmbH statt.

 **Termin**
12.05.2025 -
16.05.2025

 **Ort**
Baunatal

 **Ansprechpartner**
Julia-Sophie Maier
08461/650-1374
julia-sophie.maier@abg-bayern.de
Julia Gabler
08461/650-1320
julia.gabler@abg-bayern.de

[Buchten](#)