VERANSTALTUNGS-, WORKSHOP- UND SEMINARKONZEPTE

SCHLAUER ALS DIE KONKURRENZ!

Inhalt

Ziele und Module des Seminars 2

Beispiele 5

Forschungsinstitut für Regional- und Wissensmanagement gGmbH
Professor Dr. Peter Vieregge (Geschäftsführer)
Bahnhofstrasse 91 58840 Plettenberg
An-Institut der privaten Unternehmerhochschule
Business and Information Technology School GmbH

Tel: 01715039886
Mail: peter.vieregge@regio-wissen.de

Januar 2020

Ziele und Module des Seminars

Die folgenden Seminar-Module wurden bereits häufig umgesetzt und hatten immer zufriedene Teilnehmer, da in überschaubaren Gruppen Zeit für individuelle Fragen bzw. kurze Liveanalysen bleibt. Das Material stammt aus Projekten mit Unternehmen und ist daher sehr praxisnah. Es ist für größere Veranstaltungen ist es auch möglich, die Seminarinhalte in eine verkürzte Form von 30 Minuten Dauer zu bringen, mit anschließender Runde zur Liveanalyse von 15 Minuten.

Titelbeispiele
• Vertrieb (4.0) und Neugeschäft digital vorantreiben - Daten nutzen, schlauer als die Konkurrenz • Digitale Geschäftsmodelle und Neukundengewinnung
Ziele und Zielgruppen der Veranstaltung:
Die Veranstaltung richtet sich an Geschäftsführer sowie Fach- und Führungskräfte mittelständischer Unternehmen, die sich für konkrete Werkzeuge, Beispiele und einfache Umsetzungsmaßnahmen in den folgenden Fragestellungen interessieren: • Wie können wir das Internet und Datenbanken anzapfen, um unser Unternehmen intelligenter zu steuern? (Big Data; Business Intelligence) • Wie kann man Potentialkunden, Wettbewerber, Technologien und Trends automatisiert beobachten? • Wie baut man ein digitales Innovationsmarketing auf? • Wie können unsere Homepage und andere unserer Webseiten (Facebook, Xing, …) einen echten Beitrag für den Vertrieb leisten? • Wie geht das mit dem Online-Marketing? • Wie organisieren wir den Vertriebsprozess dahinter? • Was bedeuten die neuen Daten-Möglichkeiten für unsere Strategie und unser Geschäftsmodell? Die Inhalte können auf die Bereiche mittelständische Industrieunternehmen, Handwerk, Einzelhandel sowie Gründer / Innovatoren angepasst werden. Auch „In-House“ Seminare, bei denen Gruppen aus einem Unternehmen teilnehmen, ggf. ergänzt um ein „befreundetes“ Unternehmen, sind machbar.

Module der Veranstaltung – Dauer 4 Stunden

- **Grundlagen (5% Zeitanteil)**
  - Teil 1: Wie funktioniert das Web und wie lassen sich die Daten für die eigene Geschäftsentwicklung nutzen?
  - Teil 2: Texte sind die neuen Rohstoffe – aber wie analysiert man die eigentlich für die „semantische Neukunden-Gewinnung“?
- **Werkzeuge – bitte zu Hause nachmachen (40% Zeitanteil, inkl. Diskussion & Fragen)**
  - Wie kann man die Marktreichweite der eigenen Webseite und die der Konkurrenz messen?
  - Wie kann man erkennen, welche Potentialkunden mit welchen Interessensprofilen die eigene Webseite besucht haben?
  - Wie kann man mit einer Suchmaschine und „geheimen“ Sonderbefehlen eine Kundenrecherche durchführen?
  - Wie kann man analysieren, wonach Kunden suchen?
  - Wie formuliert man verkaufsfördernde Texte?
  - Wie kann man eine einfache Online-Werbekampagne starten?
  - Wie lassen sich Meinungsführer in den eigenen Märkten identifizieren, wie geht man mit ihnen um?
  - Wie kann man die Beobachtung des Wettbewerbs automatisieren?
  - Woher bekommt man gute Adressdaten, die Zwillinge der eigenen A-Kunden sind und wie beobachtet man diese auf Chancenfenster?
  - Welche besonderen Anforderungen stellt das Innovationsmarketing im Web?
  - Wie lassen sich Markttrends erkennen?
  - Wie können wir die Bewegung unsere Marke beobachten? (Unternehmensmarke, Produktmarken, Arbeitgebermarke)
- **Umsetzung im eigenen Unternehmen (5% Zeitanteil)**
  - Welche Prozesse müssen im eigenen Unternehmen implementiert werden?
  - Wie wählt man Mitarbeiter aus, die eine digitale Innovationskultur unterstützen?
  - Welche Elemente hat eine digitale Strategie?

- **Pause**

- **Übungen und Fallbeispiele (40% Zeitanteil)**
  - Verständnisfragen / Diskussion / Erfahrungsaustausch
  - Fallbeispiele der Teilnehmer
  - Live-Analysen
- **Abschluss (10% Zeitanteil)**
  - Welche „Projekte“ nimmt man mit?
  - Wo werden Umsetzungsschwierigkeiten im Unternehmen auftauchen?
  - Welche Bedeutung haben die Überlegungen für die Unternehmensstrategie?

Informationsmaterial
• Sofern die Webadressen der Teilnehmer vorab bekannt sind, werden Analysebeispiele in die Präsentation eingebaut • Dokumentation der Vortragsinhalte als pdf per Mail • Individueller Marktreport für jeden Teilnehmer • 14-Tage Testlauf Neukunden-Erkennung auf der Webseite kostenlos
Optionen Organisation
• Anzahl der Teilnehmer: 5-20 • Es sollte die Möglichkeit geben, eine Phase mit Gruppenarbeit umzusetzen. Die Tische / Stühle sollten für eine Gruppenarbeit zusammenstellbar sein. • Unternehmen können eigenen Laptop mitbringen; WLAN vor Ort • Zeit: z.B. Start 13:00 Uhr / 14:00 Uhr -- Ende 18:00 / 19:00 Uhr
Kosten
• Vorbereitung, Durchführung-Moderation, Nachbereitung, Reisekosten, Reisezeit •

Beispiele

CHEFS | VERKÄUFER | BÜRO

Dienstag, 6. März 2018, 8.30–15.30 Uhr (ca.)

Schlauere Neukundengewinnung: Digitale Werkzeuge für das Empfehlungsmarketing

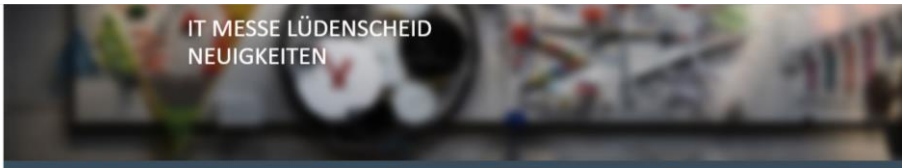
Referent: Prof. Dr. Peter Vieregge, Forschungsinstitut für Regional- u. Wissensmanagement GmbH, Plettenberg

Ziel des Seminars ist, die Sensibilisierung der Teilnehmer für die Chancen der Digitalisierung und die Darstellung von digitalen Werkzeugen. Mit Übungen und Fallbeispielen der Teilnehmer, Live-Analysen.

Themen der Veranstaltung:
Wie kann man die Marktreichweite der eigenen Webseite und die der Konkurrenz messen?
Wie kann man erkennen, welche Potentialkunden mit welchen Interessensprofilen die eigene Webseite besucht haben?
Wie kann man mit einer Suchmaschine und „geheimen" Sonderbefehlen eine Kundenrecherche durchführen?
Wie funktioniert das Web und wie lassen sich die Daten für die eigene Geschäftsentwicklung nutzen?
Wie kann man analysieren, wonach Kunden suchen?
Wie kann man eine einfache Online-Werbekampagne starten?
Welche besonderen Anforderungen stellt das Innovationsmarketing im Web?
Wie lassen sich Markttrends erkennen?
Wie wählt man Mitarbeiter aus, die eine digitale Innovationskultur unterstützen?
Wie kann man eine einfache Online-Werbekampagne starten?
Wie kann man die Beobachtung des Wettbewerbs automatisieren?

PHÄNOMIT
IT & Technik erleben

- PHÄNOMIT
- Neuigkeiten
- Programm
- Aussteller
- Impressum
- Datenschutz



IT MESSE LÜDENSCHEID
NEUIGKEITEN

„SÜDWESTFALEN SIND SCHLAUER ALS DIE KONKURRENZ – DIGITALE AUTOMATISIERUNG VON VERTRIEB UND INNOVATION“

Professor Dr. Peter Vieregge ist seit 2005 Geschäftsführender Gesellschafter des Forschungsinstituts für Regional- und Wissensmanagement gGmbH. Die gemeinnützige GmbH ist ein An-Institut der privaten BITS, Business and Information Technology School gGmbH, in Iserlohn. Seit 1999 befasst sich Professor Dr. Vieregge im Rahmen seiner Selbstständigkeit mit strategischer Unternehmensentwicklung, digitalen Geschäftsmodellen und regionalen Innovations- und Unternehmensnetzwerken. Aus diesen Tätigkeiten heraus entwickelten sich die Anforderungen an automatisierte, digitale Monitoringsysteme.

Professor Dr. Vieregge wird Ihnen einen völlig neuen Blickwinkel eröffnen und zeigt Ihnen, wie Sie sich mit Ihren Daten echte Wettbewerbsvorteile verschaffen. Mit Hilfe von modernen Analysetools und Datenbanken erhalten Sie frühzeitig Informationen über potentiellen Neukunden, Marktverschiebungen oder dem Verhalten Ihrer Mitbewerber. Dadurch können Sie Ihre Vertriebs- und Richtungsentscheidungen besser treffen.

Vertrieb (4.0) und Neugeschäft digital vorantreiben

Wann: 09.03.2017, Beginn 13:30 Uhr
bis
09.03.2017, voraussichtlich 17:00 Uhr

Wo: Airport Hotel Paderborn
Kötterweg 10
33142 Büren

Kategorie: WIW-Akademie

Schlagworte: Digitale Geschäftsmodelle, Digitale Informationen, Digitale Strategie, Informationsgewinnung, Kundenrecherche, Marktbeobachtung, Marktreichweite, Neugeschäft, Neukunden-Gewinnung, neukundengewinnung, Neukundenidentifizierung, Web-Analysen, wettbewerbsanalyse, wissensmanagement,

Über XING teilnehmen | Über FACEBOOK teilnehmen | Teilnahme bestätigen

Termin herunterladen | Veranstaltung empfehlen | Ausdrucken

Viele Industrieunternehmen haben schon längst damit begonnen, ihr Geschäftsmodell auf die Chancen und Risiken des Internets auszurichten. Denn im Web bildet sich schon heute weitgehend das Marktgeschehen ab - man muss die Sprache des Internets nur verstehen und damit richtig arbeiten können.

Daten und Informationen nutzen, Schlauer als die Konkurrenz

In unserem Seminar erhalten Sie einen Überblick über Online-Marketingstrategien, die von mittelständischen Industrieunternehmen bereits erfolgreich umgesetzt werden. Sie erlernen die dazugehörigen Werkzeuge kennen und werden sie in praktischen Übungen ausprobieren.

Digitale Geschäftsmodelle und Neukundenidentifizierung

Moderiert und angeleitet von dem renommierten Experten Prof. Dr. Peter Vieregge erhalten Sie einen vertieften Zugang zu digitalen Strategien im Mittelstand und entwickeln Ideen für eigene digitale Vertriebsstrategien im Unternehmen. Prof. Vieregge lehrt an der Hochschule BiTS GmbH in Iserlohn und ist Geschäftsführer des Forschungsinstituts für Regional- und Wissensmanagement gGmbH in Plettenberg.

Wir freuen uns auf Sie, Sie sind herzlich eingeladen

Unser offenes Seminar richtet sich an Geschäftsführer sowie Fach- und Führungskräfte mittelständischer Unternehmen, die sich für konkrete Werkzeuge, Beispiele und einfache Umsetzungsmaßnahmen in den folgenden Fragestellungen interessieren:

- Wie können unsere Homepage und andere unserer Webseiten (Facebook, Xing,...) einen echten Beitrag für den Vertrieb leisten?
- Wie geht das mit dem Online-Marketing?
- Wie kann man Potentialkunden, Wettbewerber, Technologien und Trends automatisiert beobachten?
- Wie organisieren wir den Vertriebsprozess dahinter?
- Was bedeuten die neuen Möglichkeiten für unsere Strategie?

Ein spannendes und informatives Seminar wartet, Sie sind herzlich eingeladen, wir freuen uns über Ihre Teilnahme.

Ihr Team von WIW | Wirtschaft in Westfalen

Inhalte

Grundlagen:

- o Wie funktioniert die "Mechanik" des Internets und wie lassen sich die Daten für die eigene Geschäftsentwicklung nutzen?
- o Texte sind die neuen Rohstoffe - aber wir analysiert man Texte eigentlich für die "semantische Neukunden-Gewinnung"?

Werkzeuge:

- o Wie kann die Marktreichweite der eigenen Webseite und die der Konkurrenz gemessen werden?
- o Welche Potenzialkunden haben mit welchen Interessensprofilen die eigene Webseite besucht?
- o Wie mit "geheimen" Google-Sonderbefehlen eine Kundenrecherche durchgeführt werden kann.
- o Was suchen Kunden?
- o Wie werden verkaufsfördernde Texte formuliert?
- o Wie lassen sich Meinungsführer in den eigenen Märkten identifizieren?
- o Wie kann man sich eine einfache, automatisierte Beobachtung des Wettbewerbs selbst bauen?
- o Wie lassen sich Markttrends erkennen?
- o u.a.m.

Praktische Umsetzung im eigenen Unternehmen:

- o Welche Prozesse müssen im eigenen Unternehmen implementiert werden?
- o Wie wählt man Mitarbeiter aus, die eine digitale Innovationskultur unterstützen?
- o Welche Elemente machen eine digitale Strategie aus?

Übungen und Fallbeispiele:

- o Verständnisfragen, Diskussion, Erfahrungsaustausch
- o Fallbeispiele der Teilnehmer
- o Live-Analysen

Abschluss:

- o Welche "Projekte" nimmt man mit?
- o Wo werden Umsetzungsschwierigkeiten im Unternehmen auftauchen?
- o Welche Bedeutung haben die Überlegungen für die Unternehmensstrategie?

Investition

Die Teilnahmegebühr je Teilnehmer beträgt 129 EUR, für Teilnehmer aus Betrieben des Netzwerkes WIW | Wirtschaft in Westfalen 89 EUR, jeweils zzgl. der gesetzlichen MwSt. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt, daher bitten wir um eine verbindliche Anmeldung bis zum 06.03.2017. Mit Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine entsprechende Anmeldebestätigung und Rechnung.

Bei Absagen nach dem 03.03.2017, bei Nichterscheinen oder krankheitsbedingter Absage stellen wir den vollen Betrag in Rechnung. Sie haben allerdings die Möglichkeit einen Stellvertreter als Ersatz zu benennen.

Arbeitgeber Südwestfalen e.V.
Geschäftstelle **Iserlohn**
Erich-Nörrenberg-Str. 1
58636 Iserlohn

Digitale Geschäftsmodelle und Neukundengewinnung

Die Grundlagenschulung „Digitale Geschäftsmodelle und Neukundengewinnung“ hat am 10. Nov. in Iserlohn stattgefunden. 17 Teilnehmer und Teilnehmerinnen aus 14 Unternehmen waren vom Praxisbezug der Veranstaltung und dem fachlichen Know-How des Referenten Prof. Vieregge begeistert. Mit den wichtigsten Google-Tools ausgestattet, werden sie nun ihr eigenes digitales Geschäftsmodell und die Performance ihrer Web-Seite unter die Lupe nehmen.

Eine zeitnahe Wiederholung der Veranstaltung ist geplant. Darüber hinaus wird agsw zusammen mit Prof. Vieregge ein Kooperationsprojekt entwickeln, in dem die Firmen ihr eigenes digitales Geschäftsmodell entwickeln und in die Praxis umsetzen können.

Interessenten wenden sich an Dr. Paul Compes, 02371 8291957

WIRTSCHAFTSJUNIOREN
KJU ISERLOHN

Auf Facebook speichern Gefällt mir 0 127

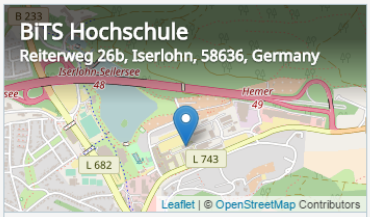
Liebe Junioren, Fördermitglieder und Gäste,

wir möchten Euch herzlich zum Seminar „Digitale Geschäftsmodelle und Neukundengewinnung“ einladen, das am

Donnerstag, 30. März 2017, 15:00 – 19:00 Uhr

IN DER BITS BUSINESS AND INFORMATION TECHNOLOGY SCHOOL GMBH, REITERWEG 26B , RAUM: JP MORGAN, 2.00.11 (ERDGESCHOSS) IN ISERLOHN STATTFINDEN WIRD.

Viele Unternehmen haben schon längst damit begonnen, ihr Geschäftsmodell auf die Chancen und Risiken des Internets auszurichten. Denn im Web bildet sich schon heute weitgehend das Marktgeschehen ab - man muss die Sprache des Internets nur verstehen und damit richtig arbeiten können.



WO ÜBERNACHTEN

Qualität mit Six Sigma
Qualitätsorientierte Unternehmen setzten auf Lean Six Sigma im Training.
Six Sigma Deutschland

Startpunkt57 - Die Initiative für Gründer e. V.

Like Follow Share ···

Startpunkt57 - Die Initiative für Gründer e. V.

@Startpunkt57

- Home
- About
- Photos
- Events

Startpunkt57 - Die Initiative für Gründer e. V. feeling joyful.

January 26 ·

Heute fand die erste GründerAKADEMIE im Jahr 2017 statt!
Der Workshop "Zielgruppenanalyse" mit Prof. Dr. Vieregge war nicht nur gut besucht, sondern auch sehr lehrreich ;)