

Jetzt
anmelden
und € 200,-
sparen!

POS *forum*

Workshop: 27. September 2010

Fachkonferenz: 28./ 29. September 2010 in Berlin



PRAXIS-WORKSHOP

Professionelle Generierung
von Shopper Insights

27. September 2010
(getrennt buchbar)

Konsument & Shopper als Treiber für Wachstum

Wie Nestlé den Category Management Gedanken fortsetzt

Wie Unilever Shopper Insights am POS nutzt

Wie s.Oliver die Zielkundenansprache am POS optimiert

Konsequente Shopper- Orientierung im Handel

Wie dm-drogerie markt den

kundenorientierten Leitgedanken umsetzt

Welche neuen Chancen Metro für den Handel sieht

Der Shop als Markenerlebnis

Die Ritter Sport Bunte Schokowelt

Vom Shopper zum Lover: Das NIVEA Haus Berlin

Das glasklare Erfolgskonzept von LEONARDO

 **POS-Touren mit exklusiven Besichtigungen!**

Die Psychologie des Einkaufens

Welche Erwartungen Konsumenten an den POS haben

Wie das Gehirn den Einkauf lenkt

Wie Neuromerchandising in der Praxis umgesetzt wird

Ihre Referenten | **Christiane Groepler**, Unilever Deutschland GmbH, **Martin Hesse**, s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG, **Oliver Kleine**, glaskoch B. Koch jr. GmbH & Co. KG, **Michael Lomberg**, Nestlé Deutschland AG, **Christin Lüdemann**, Beiersdorf AG, **Thomas Mönkemöller**, Alfred Ritter GmbH & Co. KG, **Frank Rehme**, Metro MGI, **Fabian Scholz**, dm-drogerie markt GmbH & Co. KG, **Thom Barath**, Gruppe Nymphenburg Consult AG, **Achim Fringes**, Vis à Vis, **Karsten Kilian**, Markenlexikon.com, **Engelbert vom Kolke**, Vis-à-pix GmbH, **Jens Lönneker**, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalyse GmbH, **Cirk S. Ott**, Gruppe Nymphenburg Consult AG, **Dr. Ralph Salzmann**, emnos GmbH, **Norbert Wittmann**, Gruppe Nymphenburg Consult AG

Erster Konferenztage | Dienstag, 28. September 2010

Fachliche Leitung: Norbert Wittmann, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult AG, München

09.30 Frühstücksempfang / Ausgabe der Tagungsunterlagen

10.00 Begrüßung und Einführung
durch den Vorsitzenden
Norbert Wittmann (1)

Psychologie des Einkaufens

10.15 **Trotzkonsum - Zur Psychologie des Einkaufens**

- Die Verbraucher und neue wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- Trotzkonsum statt „Sparwahn“
- „Einkaufsverfassungen“ und die Erwartungen an Einkaufsstätten

Jens Lönneker (2), Geschäftsführer, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalyse GmbH, Köln

Shopper & Consumer Insights

11.00 **Konsument & Shopper als Treiber für Wachstum**

- Eine Weiterentwicklung des Category Management Gedankens
- Konsument & Shopper – 2 Seiten einer Medaille
 - Category Growth Agenda
 - Organisatorische Verankerung einer neuen Sichtweise

Michael Lomberg (3), Category Sales Development Manager, Nestlé Deutschland AG, Frankfurt/M.

12.00 **Shopper Insights am POS nutzen**

- Vom Shopper Research zu Insights
- Shopper Insights into Action: neue Platzierungskonzepte, Zielgruppen im Fokus

Christiane Groepler (4), Senior Category Manager, Unilever Deutschland GmbH, Hamburg

12.45 Gemeinsames Mittagessen

Wie werden Kaufentscheidungen getroffen?

14.00 **Brain Shopping –**

Wie unser Gehirn unseren Einkauf lenkt

- Wie denken wir Menschen?
- Wie entscheiden wir?
- Wie können wir Entscheidungen am POS lenken?

Thom Barath (5), Mitglied der Geschäftsleitung Gruppe Nymphenburg Consult AG, München

Shopper-Orientierung im Handel

14.45 **Integrationsmarketing bei dm - vom kundenorientierten Leitgedanken zur operativen Umsetzung**

- Das Kundenversprechen einhalten und langfristig sicherstellen
- Die Verbindung mit dem Kunden und dessen kommunikative Begleitung
- Der dm Kunde als Botschafter der Marke
- Die Markenführung durch Einsatz des Medienportfolios

Fabian Scholz (6), Bereichsverantwortlicher Dialog Marketing, dm-drogerie markt GmbH + Co. KG, Karlsruhe

15.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Erfolg mit Markenshops

16.00 **Ritter Sport Bunte Schokowelt – die Marke erlebbar machen**

- Motivation zur Eröffnung eines Ritter Sport Flagshipstores
- Themenwelten als konzeptionelles Dach
- Die Realisierung - Quadratur des Kreises
- Erfolgskriterien der Bunten Schokowelt

Thomas Mönkemöller (7), Business Direktor Deutschland, Alfred Ritter GmbH & Co. KG, Waldenbuch

16.45 **NIVEA Haus: Vom Shopper zum Lover**

- Erfüllung eines relevanten Kundenbedürfnisses als Erfolgsfaktor der NIVEA Häuser
- Konsumentennähe heißt dem Kunden nahe kommen, damit er wiederkommt
- Exzellenz am Point of Experience
- 5 Jahre Brand Bonding: Nachhaltiger Erfolg für die Marke

Christin Lüdemann (8), Geschäftsführung NIVEA Haus GmbH, Beiersdorf AG, Hamburg



POS-Tour

17.30 Besuchen Sie mit uns im Anschluss an den 1. Konferenztage die Markenshops **NIVEA Haus** und **Ritter Sport Bunte Schokowelt**. Sie erhalten exklusive Führungen und erleben live, wie konsequente Shopper-Orientierung zu langfristigem Markenshop-Erfolg führt.

Zweiter Konferenztag | Mittwoch, 29. September 2010

Fachliche Leitung: Achim Fringes, Unternehmensberater, Coach und freier Autor, Vis à Vis, Bochum

09.00	Begrüßung und Einführung in den 2. Konferenztag		POS-Tour
	Emotionalisierung am POS	13.30	Exklusive Besichtigung im Pilotstore Alexa: LEONARDO ein glasklares Erfolgskonzept Mit jedem Schritt – mit jedem Blick – mit allen Sinnen. Wie Einkaufen zum Erlebnis wird!
09.10	Mit allen Sinnen Handel <ul style="list-style-type: none">- Was ist der POS? Kaufentscheidungen, Bedeutung POS im Gesamtmarketing, Handel und Industrie- Emotionen und ihre Bedeutung am POS- Sinne und ihre Bedeutung bei der Wahrnehmung am POS- Welche Sinne sind besonders wichtig an Ihrem POS (Marke)?- Neuromerchandising® in der Umsetzung Praktische Beispiele <i>Achim Fringes (9)</i>	14.45	Markenversprechen einlösen am POS Der Mitarbeiter als Markenbotschafter <ul style="list-style-type: none">- Was Mitarbeiter im Sinne der Marke „handeln“ lässt- Wie die Marke den Mitarbeitern vermittelt werden kann <i>Karsten Kilian (12), Initiator von Markenlexikon.com, Würzburg</i>
10.10	Kommunikations- und Kaffeepause	15.15	Innovative Technologie am POS Sehen was der Kunde sieht <ul style="list-style-type: none">- Solutions for Shop Efficiency Analytics- Contentsteuerung durch Blickkontaktmessung- Optimierte Zielkundenansprache durch s.Oliver <i>Martin Hesse (13), Manager New Retail Business International, s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG, Rottendorf;</i> <i>Engelbert vom Kolke (14), Geschäftsführer, Vis-à-pix GmbH, Potsdam</i>
10.30	Quo Vadis Point of Sale? <ul style="list-style-type: none">- Neue Herausforderung durch Multi Channel Retail- Neue Chancen für den stationären Handel- Beispiele aus dem real,- Future Store <i>Frank Rehme (10), Innovation Manager, METRO MGI, Düsseldorf</i>	16.00	Diskussionsrunde Der POS der Zukunft Moderation: <i>Achim Fringes</i> Es diskutieren: <i>Frank Rehme, Oliver Kleine, Karsten Kilian, Engelbert vom Kolke</i>
11.30	Multisensorisches Markenerlebnis LEONARDO neu erleben <ul style="list-style-type: none">- Vision- Strategische Neuausrichtung der Marke- Der neue Markenauftritt- Der Pilotstore Alexa – ein multisensorisches Shopperlebnis <i>Oliver Kleine (11), Geschäftsführender Gesellschafter, glaskoch B. Koch jr. GmbH & Co. KG, Berlin</i>	16.30	Ende der Fachkonferenz POSforum
12.15	Gemeinsames Mittagessen		

19.00 Empfang in der **Ritter Sport Bunte Schokowelt**
Ritter Sport und Management Forum Starnberg laden Sie ein zu einem Empfang in der Lounge der Ritter Sport Bunte Schokowelt – eine Gelegenheit für Erfahrungsaustausch und Kontakte in angenehmer Atmosphäre.



**Getrennt
buchbar!
Teilnehmerzahl
begrenzt!**

Thema

Am Point of Sale schlägt die Stunde der Wahrheit! Hier trifft der Kunde seine Kaufentscheidung – für oder gegen Ihr Produkt. Die wenigsten Kunden planen gezielt ihren Einkauf. Umso wichtiger ist es für Handel und Industrie zu wissen

- >> wie fällt der Kunde seine Kaufentscheidung?
- >> was sind die Wachstumstreiber am POS?

Erfahren Sie, wie Sie Kunden am POS optimal ansprechen und lassen Sie sich inspirieren von erfolgreichen Markenshops. Top-Referenten aus namhaften Unternehmen präsentieren Ihnen Wege der konsequenten Shopper-Orientierung. Informieren Sie sich umfassend und praxisnah – für mehr Erfolg am POS!

Referenten



Medienpartner



Praxis-Workshop | Montag, 27. Sept. 2010

Fachliche Leitung:

Cirk S. Ott (15), Mitglied der Geschäftsleitung, Gruppe Nymphenburg Consult AG

Dr. Ralph Salzmann (16), Senior Consultant FMCG, emnos GmbH

Professionelle Generierung von Shopper Insights

Quantitative und qualitative Marktforschung als valide Entscheidungsgrundlage für optimiertes Shopper Marketing

09.30 Frühstücksempfang / Ausgabe der Seminarunterlagen

10.00 **Neue Möglichkeiten im Shopper Marketing
mittels quantitativer Marktforschung –
basierend auf Abverkaufs- und Kundenkartendaten**

- Zukunftsmodell Customer Centric Retailing – der Kunde im Zentrum des Handel(n)s
- You are what you buy: Kaufverhaltensbasierte Kundenclusterung als State-of-the-Art der Kundensegmentierung
- You buy what you need: Bedürfnisgetriebene Sortiments- und Planogrammgestaltung
- Insight Sharing als Plattform für kooperatives Category Management zwischen Industrie und Handel: Aktuelle Praxisbeispiele zu Promotion-optimierung und Product Launch Tracking

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00 **Das professionelle qualitative Shopper Research
Projekt – basierend auf POS-Beobachtung und
POS-Befragung**

- Auswahl der richtigen Methode – sicher ans Ziel kommen!
- Grenzen und Fallstricke der Marktforschung am POS – muss es immer am POS sein?

16.00 Kommunikations- und Kaffeepause

16.30 **Umsetzung anhand ausgewählter Fallbeispiele**

- Wissens- und Methodentransfer in die Praxis
- Zielpersonendefinition und -rekrutierung
- Leitfaden-/Fragebogenentwicklung
- Ergebnisanalyse und Umsetzung – Shopper Insights richtig und gezielt nutzen!
- Ausblick: Möglichkeiten für die Verzahnung von quantitativer und qualitativer Marktforschung

18.00 Ende des Praxis-Workshops

Informationen

Zielgruppe	Das POSforum richtet sich an Geschäftsführer und Vorstände sowie an Fach- und Führungskräfte der Bereiche Vertrieb, Category Management, Trade Marketing, Marktforschung, Marketing und Werbung aus Handel, Industrie und Dienstleistung.
So melden Sie sich an	>> per Telefon: (08151) 27 19-0 >> per Telefax: (08151) 27 19-19 >> per E-Mail: info@management-forum.de >> per Internet: www.posforum.de >> per Post: Management Forum Starnberg GmbH · Maximilianstraße 2b · D-82319 Starnberg
Teilnahmegebühr	Zweitägige Konferenz POSforum, 28./29. September 2010: € 1.795,- zzgl. 19% MwSt. Praxis-Workshop Professionelle Generierung von Shopper Insights, 27. September 2010: € 995,- zzgl. 19% MwSt. Praxis-Workshop + Konferenz, 27./28./29. September 2010: € 2.295,- zzgl. 19% MwSt. Sie sparen € 495,- !
Sonderaktion für „Schnellentscheider“	Wenn Ihre Anmeldung für das POSforum bis 9. Juli 2010 bei uns eingeht, erhalten Sie einen Frühbucherrabatt in Höhe von € 200,-. Jede Anmeldung wird von Management Forum Starnberg schriftlich bestätigt. In der Teilnahmegebühr sind Mittagessen, Tagungsgetränke, Arbeitsunterlagen und Shuttlebus zur POS-Tour enthalten. Sollten mehrere Teilnehmer aus einem Unternehmen an der Veranstaltung teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Teilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus. Programmänderungen aus aktuellem Anlass behalten wir uns vor. Mit der Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an.
Termin & Ort	Montag, 27. September, Dienstag, 28. September und Mittwoch, 29. September 2010 Radisson Blu Hotel, Karl-Liebknechtstraße 3, 10178 Berlin, Telefon: (030) 23 82 80, Telefax: (030) 23 82 810 www.radissonblu.de/hotel-berlin
Registrierung	Der Veranstaltungs-Counter ist ab 9.00 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Beginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.
Rücktritt	Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr von € 65,- zzgl. MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 6. September 2010 schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.
Anreise	Mit der Deutschen Bahn ab € 109,- zur Veranstaltung von Management Forum Starnberg und zurück. Infos unter: www.management-forum.de/bahn
Management Forum Starnberg	Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte stehen wir für >> professionelle Planung, Organisation und Durchführung >> Zusammenarbeit mit namhaften Referenten >> aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte >> viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte
Aussteller	Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein? Nutzen Sie die Chance, Ihre Produkte und Dienstleistungen einem Fachpublikum zu präsentieren. Gerne senden wir Ihnen unverbindlich weitere Informationen zur Ausstellung. Bitte wenden Sie sich an Manfred Ullrich, Tel. (08151) 29 27-37, manfred.ullrich@management-forum.de

Ihre Ansprechpartnerin | Petra Geiger, Konferenz-Managerin

„Ihre Fragen zur Veranstaltung beantworte ich gerne!“ Tel. (08 151) 27 19 39; petra.geiger@management-forum.de



Anmeldung | per Fax (0 81 51) 27 19-19 oder www.posforum.de

Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg



Ja, hiermit melde ich mich für folgende/n Termin/e an:

PRAXIS-WORKSHOP (27. September 2010)

FACHKONFERENZ (28./29. September 2010)

Ich bin interessiert an Ausstellungsmöglichkeiten. Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

X4949/4950

1. Name	2. Name
Vorname	Vorname
Position	Position
Abteilung	Abteilung
Firma	
Straße/PF	PLZ/ Ort
Telefon	Telefax*
E-Mail*	
Branche	Beschäftigungszahl: ca.
Datum	Unterschrift

Management Forum
Starnberg GmbH
Frau Sabrina Wirtz
Maximilianstraße 2b
D-82319 Starnberg

Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr von € 65,- zzgl. MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 6. September 2010 schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.
* Mit der Nennung Ihrer E-Mailadresse und/oder Faxnummer erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Sie auch per E-Mail und/oder Fax über unser aktuelles Angebot informieren dürfen.



Unsere Prospekte einfach und direkt auf Ihr Fax! Nutzen Sie die Möglichkeit, zukünftig auch per Fax über Veranstaltungen von Management Forum Starnberg informiert zu werden!

Antworten Sie per Fax: (08151) 27 19 19

Ja, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich zukünftig auch per Fax über Ihre Veranstaltungen informieren.

Name

Vorname

Position

Abteilung

Firma

Straße/PF

PLZ/ Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

Branche

Beschäftigungszahl: ca.

Datum

Unterschrift
