

Training



Strategische Marktanalyse in Industrie und B2B

Märkte, Unternehmen und Potenziale
systematisch untersuchen und bewerten.

Unser Trainingsangebot

Teilnehmerprofil

RESEARCH-FELLOWS hat speziell für Fach- und Führungskräfte aus Industrie und B2B Trainings zur Marktanalyse und Wettbewerbsanalyse entwickelt. Sie als Teilnehmer profitieren von der langjährigen Praxiserfahrung von RESEARCH-FELLOWS, die unmittelbar in die Trainings einfließt.

Die Angebote richten sich an Mitarbeiter aus Vertrieb, Marketing, Produktmanagement, Business Development, Strategie und ähnlichen Bereichen aus Industrie- und B2B-Unternehmen.

Das Training

Unsere Intensiv-Seminar zur Marktanalyse vermittelt an zwei Tagen ein praxiserprobtest Vorgehen zur systematischen Konzeption und effizienten Durchführung von Marktanalysen und Wettbewerbsanalysen in komplexen Märkten.

Sie erlernen in der Schulung zur Marktanalyse, wie Sie eine Markt- und Wettbewerbsanalyse zielgerichtet aufbauen, mit welchen Tools Sie in komplexen Märkten belastbare Daten zu Potenzialen, Wettbewerber, Kunden und Trends recherchieren können und wie Sie die Informationen gut aufbereiten.

Mehr als 500 zufriedene Teilnehmer haben bereits an unserem Training zur Marktanalyse teilgenommen.

Das Besondere an unseren Trainings

- **100% Praxis:** Erfahrung und Best Practice aus mehr als 300 Markt- und Wettbewerbsanalysen, die wir für unsere Kunden durchführen konnten, fließen direkt in unsere Trainings zur Marktforschung ein.
- **100% Industrie + B2B:** Markt- und Wettbewerbsanalysen im B2B-Bereich unterscheiden sich erheblich von klassischer Marktforschung im Konsumgüterbereich. Unser Seminare zur Marktforschung sind spezialisiert auf die Methoden im B2B-Umfeld und liefern so fokussiertes Know-How für Spezialisten in diesem Bereich.
- **100% Persönlich:** Ihr Trainer ist Matthias Meyer, Gründer und Geschäftsleiter von RESEARCH-FELLOWS. Sie profitieren von seinem Know-How aus mehr als 10 Jahren industrieller Markt- und Wettbewerbsanalyse und seiner persönliche Begeisterung für das Thema.



Die Inhalte des Trainings

Grundziel des Trainings

Sie und/oder Ihre Mitarbeiter lernen Märkte, Unternehmen und Potenziale systematisch zu untersuchen und zu bewerten und die entsprechenden Informationen durch geeignete Methoden zu beschaffen.



Einsatzgebiete / Konzeption

- Anwendungsfälle und Einsatzgebiete einer strategischen Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Grundsätzliche Konzeption und Strukturierung von strategischen Markt- und Wettbewerbsanalysen
- Möglichkeiten und Grenzen von strategischen Markt- und Wettbewerbsanalysen im B2B-Umfeld

Bestandteile einer strategischen Markt- und Wettbewerbsanalyse

- Beschreibung und Segmentierung des Zielmarktes
- Analyse der Marktgröße und Marktentwicklung im Zielmarkt: Marktgröße (Stückzahl, Umsatz), historische Marktentwicklung, prognostizierte zukünftige Marktentwicklung, Bewertung von Potenzialen
- Wettbewerbsanalyse: Analyse von Umsatz- oder Kundensegmenten und Regionen, Analyse von Wettbewerberstrukturen, Erstellung von Wettbewerberprofilen und Wettbewerbsbeobachtungen
- Analyse von Kundenbranchen: Identifikation und Strukturanalyse von relevanten Kundenbranchen
- Potentialanalyse des Zielmarktes: Wettbewerber, Aufzeigen von aktuellen Trends

Methoden der Informationsbeschaffung

- Strukturierte Herangehensweise bei systematischer keyword-gestützter Internetrecherche
- Quellen für Literatur- und Presserecherche
- Recherche bei Informationsdienstleistern und Übersicht über verfügbare Datenbanken
- Unternehmenswebseiten als Informationsquelle (inkl. Evaluierung der Relevanz von Dokumenten)
- Anbahnung und Durchführung von Experteninterviews
- Anwendungsgebiete und Grenzen der Methoden
- Quantitative vs. qualitative Methoden, Primärrecherche vs. Sekundärrecherche

Vorgehensmodell, Besonderheiten und Best Practices

- Vorgehensmodell zur Durchführung einer strategischen Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Tipps und Tricks von Experten, die bei der Erstellung einer strategischen Marktanalyse hilfreich sind
- Vorgehen bei internationalen Markt- und Wettbewerbsanalysen
- Strukturiertes Treffen von Annahmen
- Vorgehen bei unsicherer/ widersprüchlicher Datenlage

Fallstudien / Diskussion konkreter Anwendungsfälle der Teilnehmer

- Durchführung mehrerer Fallstudien, um die vorgestellten Methoden und Modelle an einem Praxisbeispiel anzuwenden
- Möglichkeit zur Diskussion konkreter Anwendungsfälle der Teilnehmer in deren Arbeitsumfeld mit dem Trainingsleiter

Der besondere Nutzen für Sie

Alleinstellung / Besonderheit des Trainings

RESEARCH-FELLOWS bietet ein einzigartiges Trainingsprogramm an, das Sie in dieser Weise nirgendwo sonst finden. Es hebt sich im Anspruch und der Qualität klar von allgemeinen „Standard-Marketingschulungen“ ab.

Kompetenz und Erfahrung

Durch unsere spezialisierte Ausrichtung haben wir einzigartige Kompetenzen im Bereich strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse und Informationsbeschaffung aufgebaut. Die Erfahrung aus über 300 Projekten bildet die Grundlage für die Ausgestaltung des Trainingsprogramms.

Praxisbezug

Alle im Training erläuterten Methoden, Modelle und Ansätze werden anhand zahlreicher Praxisbeispiele erläutert, die direkt aus der Projektpraxis von RESEARCH-FELLOWS stammen.

Strukturierter Ansatz

Der strukturierte Analyseansatz, der von RESEARCH-FELLOWS entwickelt wurde, wird auch in den Trainings konsequent weiterverfolgt, so dass die Trainingsinhalte systematisch und klar strukturiert sind.



Top Trainingsunterlagen

Jeder Teilnehmer erhält kompakte, aber umfangreiche Schulungsunterlagen, die so konzipiert sind, dass sie ideal auch als Nachschlagewerk in der späteren Anwendung der Erkenntnisse bei der täglichen Arbeit verwendet werden können. Sie enthalten unter anderem aktuelle Quellenverzeichnisse, Übersichten und Vorgehensmodelle.

Kleine Teilnehmergruppen

Wir achten darauf, dass die Teilnehmerzahl 8 Personen nicht übersteigt. Dies garantiert eine persönliche Atmosphäre und ermöglicht dem Trainer Ihre individuelle Betreuung.

Eng definierte Zielgruppe

Um den besonderen Herausforderungen bei der Analyse von komplexen Märkten Rechnung zu tragen, wurde das Training speziell für die Daten- und Informationsrecherche in industriellen Branchen sowie für B2B-Unternehmen konzipiert. Angesprochen werden Mitarbeiter und Führungskräfte aus den Bereichen Business Development / Strategie, Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, sowie vergleichbare Positionen.

Individuelle Anpassung

RESEARCH-FELLOWS passt auf Kundenwunsch die Agenda und die Inhalte des Trainings an die Zielsetzung des Kunden an. So kann das Vorwissen der Trainingsteilnehmer fallweise berücksichtigt werden.

Individuelle Anpassung des Trainings

Direkter Bezug zu Ihren Themen (auf Wunsch)

Bei mehreren Teilnehmern eines Unternehmens passen wir auf Kundenwunsch die Inhalte des Trainings individuell an das Vorwissen und die Zielsetzung der Gruppe an.



1

Sie beschreiben uns kurz die Ausgangssituation in Ihrem Unternehmen, also die Zielsetzung, die mit der Schulung erreicht werden soll sowie Anzahl und das derzeitige Qualifikationsniveau der Teilnehmer.

2

Die Schulungsunterlagen und Fallstudien werden dann individuell, sowohl inhaltlich als auch vom Schwierigkeitsgrad an Ihre Bedürfnisse angepasst.

3

Die Schulung wird, gemäß Ihren Vorgaben und Wünschen, in unseren Schulungsräumen in München oder direkt bei Ihnen im Unternehmen durchgeführt. Der Termin wird individuell vereinbart.
Ihr Trainingsleiter ist ein erfahrener Projektmanager von RESEARCH-FELLOWS.

Erfahrung aus zahlreichen In-House Trainings

Wir erarbeiten eine optimal auf Ihre Bedürfnisse angepasste Version dieses Trainings. Hierzu schöpfen wir aus zahlreichen Projekten und In-House Trainings bei namhaften Kunden aus den Branchen Maschinenbau, Kunststofftechnik, Chemie, Automobil, Energie- und Umwelttechnik, Medizintechnik, Luft- und Raumfahrt.

Organisatorische Rahmendaten



Dauer und Teilnehmerzahl

Das Training Strategische Marktanalyse dauert zwei Tage und wird jeweils von 9.00 bis 17.00 Uhr durchgeführt. Die Teilnehmerzahl pro Kurs beträgt maximal acht Personen.

Nächste Termine

Die aktuellen Termine in 2015 sind:

- 20./ 21. April 2015
- 21./ 22. September 2015

Weitere Termine auf Anfrage

Trainingsunterlagen

Jeder Teilnehmer erhält die Trainingsunterlagen in Form einer kompakten Trainingspräsentation in ausgedruckter Form.

Ort

Die Durchführung des Trainings erfolgt in den Schulungsräumen von RESEARCH-FELLOWS in München.

Kosten

Die Teilnahmegebühr für Einzelteilnehmer liegt bei EUR 1.850,- zzgl. MwSt. inkl. Seminarverpflegung und Mittagessen.

Dauer: 2 Tage

Nächste Termine: siehe links

Unterlagen: inklusive

Ort: München

Kosten: EUR 1.850,- netto

 **RESEARCH-FELLOWS**
Strategische Marktanalysen & Research Services

RESEARCH-FELLOWS

Kaflerstraße 4
D-81241 München

Tel.: +49 (0) 89 / 820 8177 69
Fax: +49 (0) 89 / 820 8177 88
E-Mail: training@research-fellows.de
Web: www.research-fellows.de

Referenzen

Unsere Trainings bieten nachhaltigen Mehrwert für Ihre Aufgaben

RESEARCH-FELLOWS Seminare vermitteln einen ganzheitlichen Ansatz zur Durchführung einer strategischen Markt- und Wettbewerbsanalyse. Dabei sind neben einem State of the Art Überblick über Research- und Analysemethoden ein systematisches Vorgehensmodell und praxisbezogene Fallbeispiele Bestandteil der Schulung.

Das Training liefert eine Vertiefung und Erweiterung des bisher bekannten Methodenvorrates einer Markt- und Wettbewerbsanalyse und hilft bei der Konzeption einer Marktanalyse ab dem ersten Schritt. Sehen Sie, was andere Kunden dazu sagen.

Wacker Chemie AG

„Wir nutzen RESEARCH-FELLOWS als externen Trainingspartner für Mitarbeiter in Marketingfunktionen aus verschiedenen Bereichen und Regionen.



WACKER

Für RESEARCH-FELLOWS spricht die hohe Glaubwürdigkeit und Kompetenz als aktiver Dienstleister im Bereich Research, die gute Quellenübersicht sowie die strukturierte Vorgehensweise und praktische Anleitung. Ein weiterer wichtiger Punkt in der Zusammenarbeit ist für uns die hohe Flexibilität und Anpassungsfähigkeit an unsere Bedürfnisse.“

Anton Wilhelm, Marketing Development

Bosch Sicherheitssysteme GmbH

„Das Training zur Strategischen Marktanalyse haben wir gemeinsam mit RESEARCH-FELLOWS für unsere regionalen Marketingmanager entwickelt. Vor dem Training fand ein ausführliches Beratungs- und Abstimmungsgespräch statt. Was mir besonders gut gefallen hat war, dass genau auf die Bedürfnisse unserer Teilnehmer eingegangen worden ist und die Schulung maßgeschneidert war. Die verwendeten Beispiele und Übungen haben sich alle konkret auf unseren Markt bezogen, somit war der Lerneffekt besonders hoch und das Feedback der Teilnehmer sehr positiv.“



BOSCH
Technik fürs Leben

Isabel Brosch, Leitung Zielgruppenmarketing

NürnbergMesse GmbH

„Bei uns hat ein Team aus Marketing, Business Development und Vertrieb an dem Training zur strategischen Marktanalyse in Form eines Inhouse-Seminars teilgenommen. Das Seminar war didaktisch sehr gut aufbereitet und auch die Moderation hoch professionell. Besonders gut war aus unserer Sicht, dass eine sehr strukturierte Vorgehensweise gezeigt und wiederholt empfohlen wurde. Alle wichtigen Punkte wurden in dem Training abgedeckt, von konkreten Suchmaschinen und Datenbanken bis hin zu Konzeption und Struktur einer Analyse. Gerade bei den Recherche-Tools haben wir viel dazu gelernt.“



NÜRNBERG MESSE

Germina Ghieltsch, Marketing

Technoform Kunststoffprofile GmbH



TECHNOFORM KUNSTSTOFFPROFILE

„Bereits einige unserer Technoform-Mitarbeiter haben das RESEARCH-FELLOWS-Training besucht und wir haben durchweg gute Erfahrung gemacht. Die Trainings wurden individuell an unsere Bedürfnisse angepasst, z.B. Durchführung in englischer Sprache für unsere ausländischen Kollegen sowie Berücksichtigung branchenrelevanter Quellen. Wir haben ein strukturiertes und praxistaugliches Vorgehenskonzept an die Hand bekommen, wodurch wir die Qualität und Effizienz unserer Marktanalysen deutlich erhöhen konnten.“

Petra Greiner, Strategisches Marketing

AllessaChemie GmbH



„Unsere Teams aus Marketing, Vertrieb sowie Forschung & Entwicklung waren sehr zufrieden mit dem Training zur strategischen Markt- und Wettbewerbsanalyse. Vor allem die aufgezeigte Systematik und strukturierte Herangehensweise bei Internetrecherchen fand großen Anklang und wird die künftigen Aufgaben erleichtern. Hilfreich waren auch die im Training vorgestellten Web-Tools und deren Anwendung. Das Trainerteam zeichnete sich durch eine hohe fachliche und didaktische Kompetenz aus.“

Dieter Rohrer, Leitung Ausbildung und Personalentwicklung

Mahle GmbH



„Das Training zur strategischen Markt- und Wettbewerbsanalyse ist eine hervorragende Basis für jede Analyse auf diesem Gebiet. Sie vermittelt sowohl strukturiertes Vorgehen als auch praktisches Handwerkszeug um eine vollständige Studie zu einem gewünschten Feld darstellen zu können. Trotz meiner bisherigen Recherche- und Analyseerfahrung aus den Bereichen Business Development und Markt- und Wettbewerbsanalyse konnte ich zahlreiche neue Datenquellen identifizieren und ein sinnvolles Konzept zur strukturierten Herangehensweise an Studien kennen lernen. Sehr gefallen hat mir auch die angenehme und inspirierende Atmosphäre in der das Seminar stattfand, sowie die Möglichkeit den Inhalt auf den eigenen Kenntnisstand abzustimmen.“

Jonathan Dörflinger, Business Development

Deutsche Messe AG



Deutsche Messe
Hannover · Germany

„Die von RESEARCH-FELLOWS durchgeführten Trainings und Workshops folgen einem praxisnahen Spannungsbogen, der die marktforscherische Theorie mit der erlebten Praxis der Teilnehmer verbindet und gleichzeitig Fragen zulässt. RESEARCH-FELLOWS arbeitet mit den Teilnehmern an realistischen Fallstudien und macht ihnen Appetit auf die Anwendung des Erlernten im Markt.“

Helmut Knorr, Abteilungsleiter Vertriebssteuerung International

digital spirit GmbH



„Das Training zur Strategischen Marktanalyse von RESEARCH-FELLOWS ist sehr empfehlenswert. Inhaltlich wurden alle relevanten Punkte einer Marktanalyse behandelt. Aus meiner Sicht war es besonders spannend zu erfahren, wie man eine Marktanalyse sinnvoll strukturiert, welche Recherchequellen wirklich empfehlenswert sind, aber auch wo Rechercharbeiten an Grenzen stoßen und somit die weitere Suche nach Marktdaten keinen Sinn mehr macht. Diese Informationen sind wirklich hilfreich für die effiziente Durchführung einer Marktanalyse. Die im Seminar gewonnenen Erkenntnisse werde ich auf jeden Fall in Zukunft anwenden können.“

Jürgen Klein, Business Development Manager

Albert Handtmann Metallgusswerk GmbH & Co. KG



„Das Training zur Strategischen Marktanalyse von RESEARCH-FELLOWS ist ein ‚Must‘ für Mitarbeiter im Vertrieb und Marketing. Des Seminar ist sehr professionell ausgearbeitet und handelt alle wichtigen und relevanten Punkte eine Marktanalyse ab.

Besonders wertvoll fand ich, dass eine sehr klar gegliederte Vorgehensweise vermittelt wird und diese in diversen Fallbeispielen fundiert wird. Es wurde vom Aufbau einer Marktstudie bis hin zur angewandten Datenbank- und Suchmaschinenrecherche alles behandelt. Zahlreiche Tipps für Recherchen und Konzeption konnte ich gleich anschließend erfolgreich anwenden. Ich kann es nur jedem empfehlen; denn in keinem der zahlreichen Marketingbüchern wird das vermittelt was man hier in angenehmer Atmosphäre in zwei Tagen lernt.“

Florence Mintenbeck, Marketing

BRANOpac GmbH



„Bei unserem Training war die Atmosphäre sehr angenehm und der Seminarraum bei RESEARCH-FELLOWS war ansprechend gestaltet. Die Vortragsweise war sehr professionell und doch in einer lockeren Stimmung. Besonders gut war, dass meine Fragen sofort mit Beispielen meiner täglichen Arbeit beantwortet werden konnten. Die individuelle Betreuung ließ keine Wünsche offen, der Trainer war stets bemüht uns mit allen relevanten Informationen zu versorgen. Das Konzept war sehr klar und logisch aufgebaut und die Aufteilung war sehr gut nachvollziehbar. Ideal fand ich den Vorab-Fragebogen, um meine Vorkenntnisse und Erfahrungen abzufragen. Außerdem war die Betreuung durch das RESEARCH-FELLOWS Team sehr nett, vielen Dank noch einmal!“

Katrin Schneider, Akquise & Neue Märkte



CardProcess GmbH



„Das Training von RESEARCH-FELLOWS war sehr umfangreich und beinhaltete alle relevanten Aspekte zum Thema Strategische Marktanalyse. Der Methodenteil war sehr lehrreich, da zahlreiche neue Quellen vorgestellt wurden, die ich bisher nicht kannte. Dadurch, dass die Theorie gleich im Anschluss anhand von Fallbeispielen angewandt und nochmals praxisnah erklärt wurde, waren auch komplexe Themen gut verständlich. Durch das angebotene Inhouse-Training wurde dieser Effekt nochmals individuell verstärkt.“

Mark Vollhardt, Produktmanagement Processing

Nordic Yards Wismar GmbH



„Das Seminar ist zusammenfassend mit ‚sehr gut‘ zu bewerten. Sowohl das Trainingskonzept, die Unterlagen, und nicht zuletzt auch die konstruktive aber stets freundliche Atmosphäre lassen keinen Raum für Verbesserungen. Das systematische Vorgehen und die Vielzahl an neuen und sehr hilfreichen Quellen zur Datenbeschaffung werden mir bei meinen zukünftigen Aufgaben viele bisher nicht bekannte Möglichkeiten in meiner täglichen Arbeit eröffnen. Besonders hat mir auch der starke Praxisbezug gefallen und die Gelegenheit zur Besprechung meiner individuellen Fragen, die von unserem erfahrenen Trainer jederzeit kompetent beantwortet wurden. Gerne werde ich das Training weiterempfehlen. Vielen Dank!“

Matthias Schartow, Sales Manager

ODU Steckverbindungssysteme GmbH & Co. KG



„Von ODU haben 2 Personen der strategischen Märkte jeweils eine Einzelschulung in den Seminarräumen in München besucht. Die Seminare sowie die Kursunterlagen waren leicht verständlich und umfangreich gestaltet.“

Die Atmosphäre war sehr angenehm und es wurde auf alle Fragen individuell eingegangen. Somit war es eine sehr effektive Schulungsveranstaltung, zugeschnitten auf den jeweiligen Kursteilnehmer. Der Kurs kann aus unserer Sicht nur empfohlen werden.“

Sabine Zeiler, Assistenz Strategische Märkte

Lohmann GmbH & Co. KG

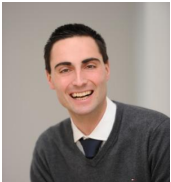


„Unser Training hat uns anschaulich das schrittweise Vorgehen bei der Erstellung von Marktanalysen gezeigt. Hervorzuheben sind dabei die zahlreichen Praxisbeispiele aus realen Projekten von RESEARCH-FELLOWS sowie die klare Strukturierung und Präsentation der Inhalte. Zudem gab es gute Tipps und Methodiken für die klassische Desk Recherche. Individuelle Fragen konnten vom Trainer stets kompetent beantwortet werden. Insgesamt eine sehr gelungene Veranstaltung in angenehmer Atmosphäre und einer kleinen Gruppe.“

Joachim Siebert, Strategic Marketing Manager

...zahlreiche weitere Referenzen erhalten Sie gerne auf Anfrage.

Ansprechpartner / Kontakt



Matthias Meyer, Dipl. Kaufm.
Geschäftsleitung



RESEARCH-FELLOWS

Kaflerstraße 4
D-81241 München

Tel.: +49 (0) 89 / 820 8177 69
Fax: +49 (0) 89 / 820 8177 88
E-Mail: training@research-fellows.de
Web: www.research-fellows.de