

Zeit: Donnerstag, 10. September 2009, 13 – 18 Uhr

Das Seminar beginnt pünktlich. Wir empfehlen, rechtzeitig einzuchecken (ab 12.15 Uhr möglich).

Ort: Courtyard Marriott Wien Messe
Trabrennstraße 4, A-1020 Wien

Die Anfahrtskizze erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung.

Preis: € 690,-/€ 540,-* zzgl. 20% MwSt.
inkl. Seminarunterlagen und Kaffeepause

Frühbucherpreis bis 10.07.2009
€ 490,- zzgl. 20% MwSt.

Gruppenpreise (für Teilnehmer derselben Firma)
ab 2 Personen 10% = € 621,-/€ 486,-* p.P.
ab 4 Personen 15% = € 586,-/€ 459,-* p.P.

*) Vorteilspreis für Abonnenten von *business bestseller*, *trend* und *Format*.

Vorteilskonditionen: Für Seminarteilnehmer sind ein Zimmerkontingent im Tagungshotel sowie spezielle Vorteilskonditionen auf mehreren Flugstrecken nach Wien gebucht. Details auf www.business-bestseller.com.

Jack Trout spricht leicht verständliches Englisch.
Seminarunterlagen deutsch.

So melden Sie sich an

Faxen Sie uns bitte den Anmeldekupon auf der Rückseite. Sie erhalten umgehend eine schriftliche Anmeldebestätigung, die zugleich als Rechnung dient. Wenn Sie gleichzeitig mit Ihrer Anmeldung ein Abonnement von **business bestseller** oder **business bestseller summaries** bestellen, können Sie schon bei diesem Seminar vom Vorteilspreis für Abonnenten profitieren! Nähere Informationen zu unseren Medien finden Sie unter www.business-bestseller.com.

Stornobedingungen

Bei Stornierung bis 7 Tage vor Seminarbeginn werden 50% des Seminarpreises verrechnet, danach sowie bei Nichterscheinen wird der gesamte Seminarpreis fällig, Sie können aber natürlich gerne einen Ersatzteilnehmer schicken.

Hotline: (01) 789 28 70

Für alle Fragen und Auskünfte steht Ihnen Sabine Pittl unter Tel. (0512) 56 17 40–33 zur Verfügung.

business bestseller VerlagsgmbH
Europahaus | A-6020 Innsbruck
seminare@business-bestseller.com



Jack Trout gilt als Urheber der strategischen Positionierung und hat mit seinem revolutionären Konzept für Aufsehen in der Wirtschaftswelt gesorgt. Er genießt weltweit einen Ruf als der renommierteste Berater für strategische Positionierung. Zahlreiche weitere bahnbrechende Konzepte im Marketing gehen auf den Pionier Jack Trout zurück.

Jack Trout ist Präsident von Trout & Partners Ltd., dem weltweit führenden Beratungsunternehmen für strategische Positionierung. Das Netzwerk umfasst Büros in 27 Ländern und hat in den letzten vier Jahrzehnten mehr als 4.000 Projekte in mehr als 75 verschiedenen Branchen durchgeführt.

Gemeinsam mit Al Ries schrieb er zahlreiche Bestseller, unter anderen wurden *Marketing Generalstabsmäßig*, *Positioning* und *Marketing Warfare* bereits in 14 Sprachen übersetzt. *Positioning* ist laut Advertising Age das beste Marketingbuch aller Zeiten und wird in weiteren Rankings unter den besten Marketingbüchern aller Zeiten gereiht.

www.troutandpartners.com

«Wenn Sie in diesem Wettbewerbsumfeld keinen differenzierenden Grund finden und anbieten, sollten Sie einen tiefen, besser einen verdammt tiefen Preis bieten.»

Jack Trout

business bestseller **seminare**



**Einzigiger
Termin
im deutsch-
sprachigen
Raum!**

10. September 2009 | Wien

JACK TROUT

Positioning your way out of a recession

trend

FORMAT

LERNEN VON DEN BESTEN

business bestseller **seminare**

Sehr geehrte Seminarteilnehmerin,
sehr geehrter Seminarteilnehmer!

In stürmischen Zeiten zeigt sich, wer richtig gut positioniert ist. Überkapazitäten, Umbruch und damit dramatischer Kampf um Marktanteile fordern Unternehmen extrem. Positioning gilt als die wichtigste Basis zur Entwicklung einer richtigen und guten Unternehmensstrategie. Heute ist das Konzept der Repositionierung wichtiger denn je.

Und zwar aus zwei Gründen. Erstens erreicht die Geschwindigkeit in der Wirtschaft und bei technologischer Innovation ein immer höheres Niveau. Zweitens wird der globale Wettbewerb immer dramatischer. Repositionierung befasst sich mit beiden Situationen.

Bei «Change» geht es um Weiterentwicklung. Bei Repositionierung darum, wie man diese Veränderung im Gedächtnis der Kunden verankert. Märkte sind mit Unternehmen übersät, die bereits gescheitert sind oder mit dem Überleben kämpfen, weil sie es nicht verstanden haben, mit der Entwicklung mancher Branchen Schritt zu halten, die sehr oft mörderisch ist.

Der Konkurrenzkampf prägt heute viele Industrien und Märkte und stellt eine immer größere Gefahr für fast jedes Unternehmen und dessen Marken dar. Daher ist der Umgang mit der Konkurrenz kritisch.

Ein erkennbarer Mehrnutzen gegenüber der Konkurrenz ist ein ganz wesentlicher Erfolgsfaktor. Repositionierung ist das geeignete Konzept, mit dem Mitbewerbern die Marktstellung streitig gemacht werden kann, indem Sie klar stellen, warum Kunden bei Ihnen kaufen sollen und nicht bei der Konkurrenz.

Nutzen Sie Ihre Chance!

Herzlichst,



Jack Trout

Schwerpunkte des Seminars

In Umbruchzeiten erfordert es Strategien, die sich mit den 3 C's befassen, die die Wirtschaft erschüttern: Competition, Change und Crisis. Dieses Seminar zeigt Möglichkeiten auf, wie Sie mit Positionierung und Repositionierung auf diese 3 C's reagieren.

Competition – Wettbewerb

- ▶ In Zeiten, in denen das Geschäft zurückgeht, wird verstärkt um Kunden gekämpft. Wo bekommen Sie das Geschäft her, das Sie benötigen? Offensichtlich von anderen Unternehmen in Ihrer Branche. Das bedeutet nach Jack Trout, die Prinzipien des «Marketing Warfare» – des «Generalstabsmäßigen Marketings» – anzuwenden. Sie sollten Repositionierung als Strategie einsetzen, um an den Schwachpunkten der Konkurrenz anzusetzen und Ihr Unternehmen als das bevorzugte darstellen zu können.

Change – Veränderung

- ▶ Bahnbrechende Technologien vernichten immer öfter die besten Strategien. Immer mehr Unternehmen erkennen, wie sie Repositionierung als Möglichkeit nutzen können, ihre Marke weiterzuentwickeln und dabei nicht technologischen Entwicklungen zum Opfer fallen. Der Trick ist, die Wahrnehmung Ihrer Kunden so zu beeinflussen, dass sie zu der ursprünglichen Positionierung in ihrem Gedächtnis eine enge Verbindung herstellen.

Crisis – Krise

- ▶ In einem schwierigen Wettbewerbsumfeld sollten Sie eine Möglichkeit finden, Ihrer Positionierung einen Zusatznutzen zu verleihen. Denn ohne eine werthaltige «Story» können Sie Ihre Kunden nicht überzeugen, in finanziell unsicheren Zeiten bei Ihnen zu kaufen.

Alle diese Positionierungs- und Repositionierungsstrategien müssen für Ihre Kunden und potenziellen Kunden offensichtlich sein. Sie müssen Sinn machen, sonst «explodieren sie nicht im Gedächtnis» der Kunden. Denn Positionierung besteht darin, Markennamen im Gedächtnis der Kunden zu verankern.

JACK TROUT

Positioning your way out of a recession

Frühbucher-
preis bis
10. Juli 2009

Ja, reservieren Sie mir bitte zu den umseitig angegebenen Bedingungen _____ Plätze für 10. September 2009, von 13.00 – 18.00 Uhr

Name, Vorname

Namen weiterer Teilnehmer

Firma (Rechnung an Firmenadresse)

Straße

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

Ihre Position im Unternehmen

Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen
 1-20 21-100 101-500 über 500

Ich habe eine Abo-Nr./einen Vorteilscode _____
und zahle deshalb nur € 540,- zzgl. 20% MwSt. (auch bei diesem Preis
profitiere ich von etwaigen Gruppenermäßigungen)

Ich bezahle nach Erhalt der Rechnung und nehme zur Kenntnis, dass der
rechtzeitige Zahlungseingang Voraussetzung für die Sicherung meiner
Platzreservierung ist.

Datum, Unterschrift

Anmeldefax (01) 789 2880