

Web-Seminar CONSUMER INSIGHT

27. April 2022 | 04. Mai 2022 | 11. Mai 2022 | jeweils von 9 Uhr bis 12 Uhr

„Consumer Insight“ wurde vor einigen Jahren vom "Marketing-Papst" Philip Kotler als der magische Begriff für mehr Orientierung von Marken an Kundenbedürfnissen ausgerufen. Die Marketing-Praxis bekam vor allem durch A.G. Lafley einen Handlungsschub, der zu einer neuen Ausrichtung des Marketings ausgerufen hatte: „The consumer is the boss – at the heart of everything we do. We create and build brands that improve consumer's lives.“ Leider gibt es in der Praxis viel Missverständnis darüber, was eigentlich ein „Consumer Insight“ ist und was einen guten Insight ausmacht. Am Ende wird alles, was irgendwie nach Kunde klingt, zum „Insight“.

Zeit für ein Seminar, das mit Mythen aufräumt und Klarheit schafft. Das aber vor allem handlungsrelevantes Wissen anhand von praktischen Übungen und Arbeitshilfen vermittelt. Dazu kommen Hinweise, wie man in der eigenen Marketingorganisation zu besseren Insights kommt.

INHALT

Session 1

- 1.1. Growth Levers: Warum Marken wachsen.
- 1.2. Sources of Growth: Wo man Ansätze für Wachstum findet
- 1.3. Übung – Pause – Auflösung

Session 2

- 2.1. Begriff Insight: Definition und Beispiele
- 2.2. Übung: Erkennen von Insights
- 2.3. Forschungsmethoden zum Finden des Insight

Session 3

- 3.1. Anwendungsbeispiel mit Übungen in Teams und Teilen der Ergebnisse im Plenum



Dr. Oliver Nickel
Managing Partner
SWELL GmbH



Kontakt und Anmeldung

veranstaltung@markenverband.de
T. +49 30 206168-38
F. +49 30 206168-738

Hier geht es zur [Online-Anmeldung](#)

Kosten gesamt für 3 Sessions

495,- EUR

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich mit unseren AGB und Datenschutzbestimmungen gemäß DSGVO einverstanden.