

PLANUNG, VORBEREITUNG UND UMSETZUNG VON PREISANPASSUNGEN

Die erfolgreiche Umsetzung von Preisanpassungen ist vor dem Hintergrund sich stark veränderter Rohwaren-, Produktions- und Vertriebskosten eine unabdingbare Voraussetzung für die Zukunft vieler Hersteller. Die Ergebnisse der nationalen und internationalen Jahresgesprächs-Verhandlungen erhöhen dabei allerdings noch den Druck. Eine frühzeitige und detaillierte Planung und Vorbereitung sind bei dieser Thematik elementar für den Erfolg Ihrer Vertriebs-Organisation. Dabei können praxiserprobte Simulations-Tools zur Berechnung von Preis-Szenarien, UVPs, Preiselastizitäten und Re-Investment-Strategien genutzt werden, um die Ertragseffekte auf beiden Seiten zu planen und zu bewerten.

SEMINARINHALT

- Welche Kernelemente gehören zur Analyse, Planung, Vorbereitung und Umsetzung von Preisanpassungen/-erhöhungen?
- Wie lassen sich Preisveränderungen gegenüber Handelspartnern inhaltlich und argumentativ begründen?
- Welche Frequenz, welcher Umfang und welches Timing sollten bei Preis-anpassungen berücksichtigt werden?
- Wie sollte mit „Nicht-Akzeptanz“ von Preisanpassungen umgegangen werden?
- Wie und in welchem Umfang lassen sich Widerspruchs- und Eskalationsregeln einsetzen?
- Welche positiven Einflussmöglichkeiten bestehen in wichtigen Handels-Regionen für die Akzeptanz von zentralen Entscheidungen?
- Wie können „alternative“ Preisanpassungen und strategische Preispositionierung genutzt werden?
- Wie lassen sich Unternehmens-Prinzipien und -Richtlinien im Rahmen einer „Commercial Policy“ mittel- und langfristig etablieren?
- Wie können bestehende Netto-Netto-Preis Spreizungen im Rahmen von Preisveränderungen reduziert/eliminiert werden?
- Welche Möglichkeiten bestehen im Umgang mit historisch gewachsenen Preis- Aussetzungs-Zeiträumen?
- Welche Bedeutung hat die Analyse und Berücksichtigung der Preis-Elastizität in der Entwicklung gemeinsamer Wertschöpfungsmodelle?
- Wie und bis zu welchem Detailierungsgrad verarbeiten Top-Handelspartner angekündigte Preisanpassungen intern?
- Welche Inhalte und welche Struktur gehören zum Aufbau eines Preis-Planungs- und Simulations-Tools auf Nationaler-, Kunden- und Artekelebene?
- Was muss kartellrechtlich bei der Ankündigung von Preisveränderungen und der Kommunikation von Regal- und Aktions-UVPs beachtet werden?
- Was sollte bei einer standardisierten Jahresgesprächs-Bestätigung im Rahmen von möglichen Preisanpassungen berücksichtigt / auf jeden Fall vermieden werden?

Termine und Ort

03. September 2024 | 10 - 17 Uhr

Steigenberger Airport Hotel
Unterschweinstiege 16
60549 Frankfurt a.M.

Teilnahmegebühr

595,- EUR

Kontakt und Anmeldung

M. veranstaltung@markenverband.de
T. +49 30 206168-38
F. +49 30 206168-777

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

Referent



Gerd Wolf
Rhein-Main Consulting

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.