

# Inhouse-Seminare

Promotion Controlling  
Optimierung Themenpromotions  
Optimierung Preispromotions

Albrecht Rösler  
Promotion Academy, Hamburg

## **Sind Ihnen diese Situationen bekannt?**

**Sie investieren einen großen Budgetanteil „Below-the-line“ und möchten den Deckungsbeitrag dieser Maßnahmen einschätzen**

**Sie möchten den Zusatzabsatz Ihrer Promotions bewerten**

**Sie möchten Ihre Aktivitäten nach Wirkung und Aufwand vergleichen**

**Sie möchten mehr Learnings aus Ihren Aktivitäten ableiten und Ihre BTL-Strategie fortentwickeln**

## Promotion-Bewertung gewinnt an Relevanz

**22% der Unternehmen analysieren regelmäßig den Erfolg der Verkaufsförderung; fast doppelt so viele verzichten ganz darauf – obwohl diese Analysen von Führungskräften durchaus als wichtig eingeschätzt werden\***

Quelle: Umfrage umfasste 276 deutsche und schweizerische Unternehmen

# Tendenzen in der Verkaufsförderung

Investitionen für Promotions steigen seit Jahren

Anteil von Promotion-Maßnahmen an Gesamt-Werbeausgaben nimmt weiter zu

Anteil nicht promoteter Verkäufe wird kleiner. Promotions tragen einen zunehmenden Anteil der Absätze

Eingesetzte Mittel (WKZ's) nehmen deutlich zu

# Promotion Academy



Wir vermitteln umfassendes Wissen und konkrete Lösungen für **die** entscheidenden Themen der Verkaufsförderung



Unser **Know-how** begründet sich durch viele **Promotion-Bewertungen** für Konsumgüterindustrie und Handel



Wir entwickeln **Promotion-Strategien** im Rahmen des **Category-Managements**

## Häufige Barrieren der Promotion-Bewertung



Unklare Methodiken; fehlende Standards zur Messung der Absatzwirkung



Unübersehbare Flut – aber auch der Mangel an brauchbaren Daten



Zurechnung von Kosten, Erlösen und Zusatzabsätzen zu einzelnen Aktionen



Erwarteter zeitlicher Aufwand



Unzureichende und unflexible Systeme

**= Ansatzpunkte des Seminars**

## Ziele und Rollen der Promotion-Bewertung



Überprüfung und Optimierung der **Netto-Abverkaufswirkung**



Überprüfung und Optimierung des **profitablen Mitteleinsatzes**



**Systematischer** Vergleich von Aktions-Mechaniken und Konzepten

Promotion Controlling ist die Voraussetzung für die **nachhaltige** Verbesserung von Promotionkonzepten und der Entwicklung einer durchgehenden **Promotionstrategie**

## Erfolgsbewertung: Welche Schritte sind durchzuführen?



Auswahl der richtigen **Datenbasis**



Klärung der **Vorgehensweise** zur Messung der Absatz- und Imagewirkungen



**Bewertung** der gemessenen Wirkungen



**Berechnung** der Ergebnisse

## Welche Effekte sind zu isolieren?



Wirkung **paralleler Instrumente** im Marketing-Mix („Zurechnungsproblematik“)



**Ausstrahlungseffekte** auf andere Produkte (spill-over-effect)



**Zeitliche Effekte**, z.B. Bevorratung des Konsumenten (forward buying effect)



**Geschäftsstätten-Effekte** (Wechsel der Einkaufsstätte)

## Methodik

- A** Das **entscheidende** Element im Seminar ist die gemeinsame Lösung von **praxisnahen Promotion-Cases** im Team
- B** Vorab werden **Methodiken** und **Lösungswege** aufgezeigt
- C** Im Anschluß wird ein **Lösungsmuster** vorgestellt und mit Teilnehmer-Ergebnissen verglichen
- D** Die Lösungen werden als **Excel-Dateien** zur Verfügung gestellt. Ein **Glossar** rundet die Dokumentation ab.

# Teilnehmer



**Führungskräfte und Mitarbeiter aus der  
Konsumgüterindustrie und Handel**



**Bereiche Category Management, Trade  
Marketing, Verkaufsförderung, Key Account  
Management, Marketing und Controlling**

# Zusätzliche Seminarthemen nach Wunsch

## Beispiele:

- Entwicklung Promotion-Scorecard
- Umsetzung Promotion-Planungsprozess
- Optimaler Aktionsabstand für Preispromotions
- Promotion-Strategien im Category Management
- Markenstärke am POS (Bewertung, Ansatzpunkte)
- Promotionprofitabilität für den Handel

# Sie wählen das passende Konzept

## In-house-Seminar

- > Dauer: **1 Tag**
- > 3 – 10 Teilnehmer
- > **Kundenbezogene** Seminarschwerpunkte
- > **Individuelle** Business Cases

---

## externes Seminar

- > Dauer: **2 Tage**
- > Bis 12 Teilnehmer
- > **Category-übergreifende** Konzepte
- > **Externer Austausch** der Teilnehmer

# Preise und Bedingungen

## In-house-Seminar

- > Dauer: **1 Tag + individuelle Vorbereitung**
- > Teilnahmegebühr
  - > Grundpreis: € 1960,--
  - > zzgl. für jeden Teilnehmer: 240 €
  - > zzgl. Reisekosten

## externes Seminar

- > Dauer: **2 Tage**
- > Teilnahmegebühr
  - > 1. Teilnehmer: 1380 €
  - > 2. Teilnehmer: 1170 € (-15%)
  - > 3. Teilnehmer: 1100 € (-20%)

# Wir würden uns freuen, Sie als Teilnehmer(-team) zu begrüßen!

## Rösler Unternehmensberatung GmbH

Pickhuben 6 (Sandthorquaihof)

20457 Hamburg

Tel.: (040) 360 9696 1

Fax: (040) 360 9696 5

Mail: [mail@roesler-beratung.de](mailto:mail@roesler-beratung.de)

[www.roesler-beratung.de](http://www.roesler-beratung.de)

## Die Promotion Academy

Tel: (040) 360 96 997

Fax (040) 360 96 965

[info@promotionacademy.de](mailto:info@promotionacademy.de)

[www.promotionacademy.de](http://www.promotionacademy.de)