

## **Kundschaft halten oder gar ausbauen trotz Währungsschock – Massnahmenworkshop**

In diesem Workshop geht es um das Finden der passenden Antwort für den einzelnen Anbieter. Die Teilnehmenden erhalten vorbereitende Aufgaben für die einzelnen Programmpunkte. Diese werden vorgängig von uns gesichtet und bilden die Ausgangslage des Workshops.

### **Grundlage 1: Eckwerte eigene Positionierung für Kundschaft fassen oder entwickeln**

Ein überzeugender Fokus sowie Leistungen mit Ecken und Kanten schaffen nach aussen Kundschaftsbindung, nach innen Sicherheit im Arbeiten und Entscheiden.

Im Workshop werden nach einem Impulsreferat die Eckwerte der konkreten Positionierung als Basis für Selbstverständnis wie für die weiteren Schritte erarbeitet. Dabei wird Bestehendes bestätigt oder sichtbar gemacht, aber auch zu und mit Neuem verbunden.

Der Kundschaftsblick fliesst durch angeleitete Kontaktnahmen der Teilnehmenden mit eigenen Gästen ein.

### **Grundlage 2: Zehn-Punkte-Leistungsoffensive**

Preis und Leistung suchen eine Balance, die immer auch von der Dynamik verfügbarer Alternativen beeinflusst wird.

Im zweiten Teil des Workshops werden entlang der eingangs herausgearbeiteten Positionierungsdimensionen kleine wie grosse Leistungsentwicklungen für den einzelnen Anbieter gesucht, die er rasch umsetzen und im Umfeld der neuen Preis-Leistungs-Situation preisstabilisierend einsetzen kann. Auch werden mögliche Ansatzpunkte für Leistungsimpulse gezeigt.

### **Grundlage 3: Preisstrategie definieren**

Durch die veränderte Währung einerseits, durch das eben erarbeitete Massnahmenpaket andererseits entsteht eine neue Preis-Leistungs-Balance.

Die Preisstrategie muss diese Preis-Leistungs-Balance stärken. Gilt „Gleicher Preis, mehr Leistung“ – oder „gleiche Leistung, tieferer Preis“? Der Umgang mit der bestehenden Kundschaft, ob und wie man ihr Vorteile verschafft, oder gar einen Preisnachlass gewährt, hat besondere Bedeutung.

### **Vertiefungsoption 1: Klug kommunizieren**

Die richtige Kommunikation ist in der aktuellen Situation besonders wichtig, damit Kundschaft den Wert des Angebots einerseits aber auch die dahinter stehende Haltung verstehen und schätzen kann.

Im letzten Teil wird nach der richtigen Art und den passenden Wegen der Kommunikation gesucht, um bestehende Leistung, Leistungsoffensive sowie den Preisentscheid gut in die bestehende und potenzielle Kundschaft zu tragen.

### **Vertiefungsoption 2: Sparen ohne Wertschöpfungsverlust**

Je klarer die Positionierung eines Angebots, desto fokussierter der Mitteleinsatz.

Gelingt im ersten Teil des Workshops eine Schärfung / Klärung der Positionierung, wird in diesem Teil des Workshops über den Abbau von Leistungen in Bereichen ausserhalb der Positionierung nachgedacht. Für die Kundschaft nicht bedeutsame Leistungen sind verlorene Ausgaben.

## Kundschaft halten oder gar ausbauen trotz Währungsschock – Massnahmenworkshop

### Anmeldung

Organisation / Betrieb

Kontaktperson

Adresse

Telefon

Mail

Möglicher Termin

Vertiefungsoption

Klug kommunizieren

Sparen ohne Wertschöpfungsverlust

Weitere Teilnehmende  
(allenfalls nach Abspra-  
che)

Organisation / Betrieb

Kontaktperson

Bemerkungen

Sprache/Langue: Nous sommes heureux d'offrir le workshop aussi en français.

Ablauf: Dauer 8.30 – 17 Uhr. Jeder Workshop wird von zwei Experten begleitet und für jede Gruppe und jeden teilnehmenden Betrieb individuell vorbereitet – auch mittels der vorbereitenden Aufgaben.

Anmeldung: Je rascher Sie uns mit möglichen Terminen kontaktieren, desto eher können wir Ihren Wünschen entsprechen. Fax: +41 44 445 24 40 / Mail: [lino.helbling@swissbrandexperts.ch](mailto:lino.helbling@swissbrandexperts.ch)

Nach der Anmeldung erhalten Sie vorbereitende Aufgaben für die einzelnen Programmpunkte. Diese sollten zur Sichtung zusammen mit der Teilnehmerliste bis 2 Tage vor dem Workshop an uns zurückgesendet werden.