

Pricing & Sales

Certificate of Advanced Studies (CAS)



Building Competence. Crossing Borders.

Lehrgang

Die Preisstrategie ist der wichtigste Treiber der Profitabilität

Trotz dieser enormen Wichtigkeit wird das Thema oft vernachlässigt, Preise und Konditionssysteme sind historisch gewachsen und viele Entscheidungen werden aus dem Bauch heraus getroffen. Lernen Sie, wie Unternehmen mit einer auf Daten und Fakten basierten Preisstrategie profitabel und nachhaltig wachsen können.

AUSGANGSLAGE

In einer globalisierten Welt reicht es nicht mehr aus, die eigenen Preise mit Wettbewerbern zu vergleichen oder Deckungsbeitragsgrenzen zu definieren. Um die Zahlungsbereitschaft der Kundschaft optimal auszuschöpfen, werden immer anspruchsvollere Strategien und Methoden für die Preissetzung, -differenzierung und -durchsetzung angewendet, mitunter auch dynamisch. Parallel zu dieser Entwicklung steigen Stellenwert und Möglichkeiten eines ganzheitlichen Vertriebs durch die Digitalisierung und die Sättigung vieler Märkte rapide an. Die Herausforderungen und Chancen einer konsistenten Preis- und Vertriebsstrategie rechtzeitig zu erkennen und umzusetzen, wird somit zu einer zentralen Kompetenz für jedes Unternehmen. Der Zertifikatslehrgang CAS Pricing & Sales ist eine praxisorientierte und wissenschaftlich fundierte Fachausbildung für alle, die das Margenpotenzial ihres Unternehmens ausschöpfen und ihre Produkte effektiv und effizient vermarkten wollen.

ZIELPUBLIKUM

Der Lehrgang richtet sich an

- Führungskräfte von Unternehmen, die an der Entwicklung und zielorientierten Umsetzung von Preis- und Vertriebsstrategien beteiligt sind;
- Marketing-, Kommunikations- oder Key-Account-Verantwortliche, die für ihre Produkte oder Dienstleistungen optimale Preise definieren und am Markt durchsetzen möchten;

- Produktmanagerinnen und -manager mit technischem Hintergrund, die sich betriebswirtschaftlich weiterbilden möchten, um die Rolle als interne Schnittstelle zu Entscheidungstragenden für Preis- und Vertriebsentscheidungen auszufüllen;
- Führungskräfte und Fachleute aus den Bereichen Verkauf, Vertrieb, Pricing, Produktmanagement, F&E, Controlling oder Projektmanagement, die direkt oder indirekt in Entscheidungen in den Bereichen Pricing & Sales involviert sind;
- Berufsleute und Selbstständige, die ihre Kenntnisse in den Bereichen Pricing & Sales aktualisieren oder vertiefen wollen.

LERNZIELE UND NUTZEN

Nach erfolgreichem Abschluss des Lehrgangs

- kennen Sie die grundlegenden Zusammenhänge, Mechanismen und Trends hinsichtlich Preissetzung, -differenzierung und -durchsetzung;
- kennen Sie die Möglichkeiten zur Ermittlung der Zahlungsbereitschaft von Kunden;
- können Sie Produkt-, Markt- und Kundeninformationen qualitativ und quantitativ analysieren, um diese als Informationsgrundlage in Ihre Preis- und Vertriebsstrategien zu integrieren;
- kennen Sie die Erfolgsfaktoren und Möglichkeiten zur optimalen Ausgestaltung der internen Prozesse und Anreize für zielgerichtetes Preis- und Vertriebsmanagement;
- wissen Sie die relevante Verhaltenstheorie und Psychologie hinter erfolgreichem Verhandlungsmanagement in Ihrem Unternehmen anzuwenden.

Aufbau und Inhalt

Mit methodischer Vielfalt zum nachhaltigen Lerneffekt

Die Inhalte des Lehrgangs werden in zwei Modulen zu je 60 Präsenzlektionen à 45 Minuten vermittelt. Der Lehrgang umfasst 12 ECTS-Credits (6 pro Modul).

MODULÜBERSICHT

MODUL 1 6 ECTS-Credits	MODUL 2 6 ECTS-Credits
Pricing	Sales
<ul style="list-style-type: none">– Grundlagen des Pricings– Messung der Zahlungsbereitschaft– Strategisches Preismanagement– Operatives Preismanagement– Preisdifferenzierung, Lifecycle Pricing– Branchenspezifisches Preismanagement– Preiskommunikation und -durchsetzung– Pricing digitaler Produkte– Innovative Preissetzungsmechanismen– Verhaltenstheorie– Preisverhandlung <p>Leistungsnachweis: schriftliche Einzelarbeit</p>	<ul style="list-style-type: none">– Einführung in das Sales Management– Customer Relationship Management– Zentrale Verkaufsprozesse von Leadgenerierung bis Verkaufsabschluss– Marketing-/Markteinführungsplan– Managing and Training Global Sales Teams– Vertriebsplanung– Campaign Management– Sales Excellence– Rebranding and Relaunch (Fokus B2B)– Trade Marketing and Sales (Fokus B2C)– Verhandlungsmanagement– Ethik und Compliance im Bereich Sales <p>Leistungsnachweis: Gruppenarbeit</p>

METHODIK

Neben der Vermittlung von angewandtem betriebswirtschaftlichem Wissen durch die Dozierenden kommen zahlreiche weitere Lernmethoden zur Anwendung. Diese sind u. a.:

- Referate und Lehrgespräche
- Diskussionen und Workshops
- Bearbeitung von Case Studies und Analyse von Best Practices
- Einzel- und Gruppenarbeiten

DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Expertinnen und Experten sowie Dozierende von anerkannten Hochschulen und Universitäten aus der Schweiz und dem nahen Ausland
- Gastreferentinnen und -referenten aus Unternehmen, die vertiefte Einblicke in die betriebliche Realität des strategischen Pricings und der Sales Excellence ermöglichen

Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



Linard Barth

Studienleiter CAS Pricing & Sales, Institut für Marketing Management



#LinkedInLinardBarth

STUDIENLEITUNG

Linard Barth

Institut für Marketing Management

Telefon +41 58 934 68 67

linard.barth@zhaw.ch

ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

ZHAW School of Management and Law

Customer Service Weiterbildung

Theaterstrasse 15b

Postfach

8401 Winterthur

Telefon +41 58 934 79 79

info-weiterbildung.sml@zhaw.ch

Institut für Marketing Management

Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen.

Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Strategic Customer Relationship Management, Product Management, Behavioral Marketing, Service Lab, Communication & Branding und Digital Marketing.

Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben dem CAS Pricing & Sales bietet das IMM noch weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> www.zhaw.ch/imm

Organisatorisches

Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens fünf Jahre Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung.

ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. >>> www.zhaw.ch/imm/caspris

TEILNEHMERZAHL

Die Teilnehmerzahl ist auf 24 Personen beschränkt.

DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> www.zhaw.ch/imm/caspris

ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies 300 bis 360 Stunden.

LEISTUNGSNACHWEIS

Als Leistungsnachweise erarbeiten Sie Pricing- und Sales-Konzepte für Ihre konkreten Produkte und Leistungen, so dass Sie Ihr erweitertes Wissen schon während des Lehrgangs gewinnbringend einsetzen können.

UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law (SML) in Winterthur statt, zwei Gehminuten vom Bahnhof Winterthur entfernt.

>>> www.zhaw.ch/sml/campus

DAUER

Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von vier Monaten berufsbegleitend absolviert.

UNTERRICHTSZEITEN

Der Lehrgang umfasst insgesamt 120 Lektionen, verteilt auf ca. 16 Unterrichtstage an Freitagen und Samstagen.

UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Gastreferate können jedoch auch in Englisch gehalten werden. Die Kursunterlagen sind in Deutsch oder Englisch verfasst.

ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflcht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies in Pricing & Sales».

KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8200.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/sml/atb-wb

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities