



Differenzierung im totalen Wettbewerb

Gewinnen Sie schneller mehr Kunden und steigern Umsatz und Ergebnis

Differenzierung im totalen Wettbewerb

Gewinnen Sie schneller mehr Kunden und steigern Umsatz und Ergebnis

«Wenn Sie keinen Wettbewerbsvorteil haben, konkurrieren Sie nicht.»

Jack Welch, ehem. CEO von General Electric

Wir befinden uns heute in einem Zeitalter des totalen Wettbewerbs – insbesondere des Preiswettbewerbs. In vielen Branchen sind Produkte und Dienstleistungen zu über 87 % austauschbar. Deshalb ist eine eindeutige, differenzierende Positionierung für Unternehmen und Marken nicht nur wichtig, sondern überlebenswichtig.

Unternehmen mit stagnierendem Wachstum befinden sich oft in Märkten mit hoher Wettbewerbsintensität, in denen Produkte zu Massenware werden und den Spielraum für Marge und Markenführung massiv einschränken. Am anderen Ende des Spektrums stehen Unternehmen, die sich durch eine quasi-monopolartige Position differenzieren und dadurch massiv höhere Gewinne erzielen.

Wachstumsstarke Unternehmen verlassen den direkten Wettbewerb, indem sie ihr eigenes Spielfeld schaffen: Sie handeln aus einem klaren Purpose heraus, besitzen eine fokussierte Positionierung, eine scharfe Differenzierung – und denken nicht in Produkten, sondern in Ökosystemen.

In diesem Seminar lernen Sie die Werkzeuge für eine scharfe Differenzierung kennen und anzuwenden. Sie können eine zukunftsorientierte Differenzierungsstrategie und eine klare Positionierung entwickeln und mit dem Purpose, dem Sinn und Zweck des Unternehmens integrieren. Damit schaffen Sie die Voraussetzung für eine emotionale Bindung zu Mitarbeitern und Kunden. Sie arbeiten mit dem Outside-in-Ansatz und entwickeln differenzierende Strategien für Unternehmen und Marken, mit denen Sie schneller mehr Kunden gewinnen.

Referent



Univ. Lektor, Mag. Lorenz Wied MBA

Er hat seit 2001 in Europa mehr als 500 Unternehmen bei der Entwicklung von Positionierungs- und Differenzierungsstrategien, bei Umsatz- und Gewinnwachstum begleitet. Zuvor war er in einem internationalen Unternehmen, das in 12 Ländern Niederlassungen hatte, und in 53 Länder exportierte, für Strategie und Marketing verantwortlich. Unter anderem für den Aufbau in ehemaligen Ostländern. Er war zwei Jahre in einem renommierten Beratungsunternehmen für Sanierung und Restrukturierung für die marktstrategische Neuausrichtung verantwortlich. Als Senior Partner von Trout & Partners, dem globalen Leader in Strategischer Positionierung vertrauen weltweite Konzerne auf seine Expertise.

Themenschwerpunkte

- Strategische Ausgangssituation: Wie funktioniert das Denken von Entscheidern und Kunden im Kaufprozess? Wie erreichen Sie eine differenzierende Alleinstellung im Gedächtnis Ihrer Zielgruppe?
- Strategische Herausforderungen: Wie können wir mittels Positionierung und Differenzierung die Integration des gesamten Unternehmens erreichen und damit Effektivität und Effizienz bei Umsatz- und Ergebniswachstum signifikant steigern?
- Strategische Analyse: Wie bestimmen wir unsere strategische Positionierung, entdecken unseren Purpose und entwickeln unsere Differenzierung? Sie beantworten die drei entscheidenden Fragen im Business.
- Strategische Positionierung und Differenzierung: Entwicklung von Purpose, Positionierung und scharfer Differenzierung, Prinzipien der Positionierung und Möglichkeiten der Differenzierung.
- Strategische Erfolgsfaktoren: Wie werden Positionierung, Purpose und Differenzierung mit Strategie, Struktur, Prozessen, Systemen, Marketing, Innovation und Verkauf integriert?

Nutzen

- Sie machen Ihre Positionierung zukunftsfähig, einzigartig und steigern damit Umsatz, Markenwert und Status.
- Durch scharfe Differenzierung werden Sie zur Nr. 1 in Ihrem Markt.
- Sie gewinnen schneller loyale Kunden durch klare Positionierung.
- Sie entwickeln ein neues Verständnis für Kundenbedürfnisse und integrieren diese strategisch.
- Ihr zentrales Nutzenversprechen differenziert Sie deutlich vom Wettbewerb.
- Mit klarer Sprache und Purpose entfesseln Sie das Engagement Ihrer Mitarbeitenden.
- Sie stärken die emotionale Bindung zu Kunden und Mitarbeitenden.
- Sie übernehmen aktiv die Führung für eine wert- und nutzenorientierte Markenführung.

Arbeitsmethodik

Praxisorientiertes Seminar mit Methoden-Mix: Trainer-Input, Wissens- und Erfahrungstransfer, Tipps & Tricks, Reflexion, Einzel- und Gruppenübungen.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Eigentümer, Führungskräfte und Entscheidungsträger aller Branchen, die ihr Unternehmen durch klare Differenzierung erfolgreicher machen wollen.

Link

➔ zfu.ch/go/dtw

Differenzierung im totalen Wettbewerb

Preis

CHF 2980.00

Inbegriffen sind: Seminarunterlagen online, Mittagessen, Kaffeepausen und Testat. Die Übernachtung ist nicht inbegriffen.

Wichtig: Das Seminar findet in kleiner Runde statt. Die Teilnehmerzahl ist limitiert.

Termine und Orte

Dauer: 2 Tage

15.04.–16.04.2026

In Zweidlen-Glattfelden
Riverside Seminar- & Eventhotel

08.10.–09.10.2026

In Zweidlen-Glattfelden
Riverside Seminar- & Eventhotel

Tag 1: 9.00 – 17.00 Uhr

Tag 2: 8.30 – 17.00 Uhr

Attraktive Rabatte

Bei gleichzeitiger Anmeldung gelten folgende Rabatte:

Ab 2 Buchungen 10 %

Ab 4 Buchungen 15 %

Beratung und Kontakt

+41 44 722 85 85

info@zfu.ch

Firmeninterne

Weiterbildung

Dieses Seminar ist auch als Inhouse-Veranstaltung buchbar. Wir begleiten Sie!



Melden Sie sich jetzt an!

zfu.ch/go/dtw