



Preisstrategie: Mit systematischem Preis- management zu mehr Gewinn

**Preise systematisch für einen
Wettbewerbsvorteil einsetzen**

Weiterbildung Strategie und Unternehmensführung

NEU!

Preisstrategie: Mit systematischem Preismanagement zu mehr Gewinn

Preise systematisch für einen Wettbewerbsvorteil einsetzen

Preismanagement ist der mächtigste Hebel im Unternehmen. Mächtiger als Kostensenkung. Mächtiger als Neukundengewinnung. Und trotzdem behandeln die meisten Unternehmen ihre Preisfindung wie ein notwendiges Übel: Kosten plus Aufschlag, Blick zur Konkurrenz – fertig.

Der entscheidende Unterschied liegt in der Zahlungsbereitschaft. Was Ihr Kunde zahlen würde und was Sie verlangen, klappt in den meisten Unternehmen weit auseinander. Wer sein Preismodell konsequent optimiert und klare Preisregeln etabliert, erzielt bis zu 15 % mehr Gewinn. Was früher nur Konzerne mit spezialisierten Pricing-Teams umsetzen konnten, ist heute auch für KMU zugänglich. Moderne IT-Tools machen es möglich.

Dieses Seminar zeigt Entscheidungsträgern auf VR- und C-Level-Ebene sowie Vertriebsleitern, wie sie ihr bestehendes Preismodell optimieren, die Zahlungsbereitschaft unterschiedlicher Kundensegmente in die Preisfindung einbeziehen und mit gezielten Preisregeln den Margenverfall stoppen.

Das Ergebnis: Preise systematischer bestimmen, Preisregeln setzen und bis zu 15 % mehr Gewinn erzielen.

Die Frage ist nicht, ob systematisches Preismanagement Ihren Gewinn steigert. Die Frage ist: Wie lange können Sie es sich noch leisten, darauf zu verzichten?

Referent



Dr. Jörg Staudacher

Er lancierte die «Sales Excellence Initiative Schweiz» und baute das erste Zentrum für Vertrieb und Handel an einer Schweizer Fachhochschule auf. Für seine herausragende Forschungs- und Lehrtätigkeit wurde ihm eine Professur verliehen. Jörg Staudacher leitet das Schweizerische Institut für Vertrieb und Handel (SIVH) und ist Partner von CustomersX – der führenden Schweizer Beratung für kundenorientiertes Preismanagement.

Themenschwerpunkte

- **Einstieg:** Kundenorientiertes Preismanagement: Der zentrale Hebel, um aus dem Wert für und der Beziehung mit dem Kunden den Gewinn zu steigern
- **Baustein 1:** Preismodelle: Welche Preismodelle, gerade auch für Dienstleistungen, können Unternehmen nutzen, um sich zu differenzieren und den Gewinn zu steigern?
- **Baustein 2:** Zahlungsbereitschaft & IT/KI: Wie lässt sich die Zahlungsbereitschaft der Kunden bestimmen und für die Preissetzung nutzen – und welche Systeme unterstützen dabei?
- **Baustein 3:** Preisdifferenzierung & Regeln: Welche Formen der Preisdifferenzierung kommen zum Einsatz und wie lassen sich klare Preisregeln im Unternehmen etablieren?
- **Synthese:** Ihre Pricing-Roadmap: Welche Schritte sollten Sie in den kommenden zwei Jahren unternehmen, um Ihr Preismanagement deutlich systematischer auszugestalten?

Nutzen

- Sie verstehen, welche Potenziale ein kundenorientiertes Preismanagement in Form von Wert-, Einstellungs- und Beziehungspreismanagement Ihrem Unternehmen ermöglicht.
- Sie legen fest, welche Preismodelle Ihr Unternehmen nutzt und wie auch der Dienstleistungsbereich gezielt monetarisiert werden kann.
- Sie bestimmen die Zahlungsbereitschaft Ihrer Kunden systematisch und nicht mehr per Bauchgefühl.
- Sie erhalten einen fundierten Überblick über Stärken und Schwächen der unterschiedlichen Formen der Preisdifferenzierung.
- Sie können Preisregeln definieren, damit Ihr Rabattsystem die Wertentwicklung Ihrer Kunden aktiv unterstützt, statt Marge zu vernichten.
- Sie erarbeiten eine konkrete Pricing-Roadmap für die kommenden zwei Jahre – direkt anwendbar für Ihr Unternehmen.

Arbeitsmethodik

Praxisorientiertes Intensiv-Training mit modernen Ansätzen, das den Fokus auf direkte Umsetzung legt. Durch Einzel- und Gruppenarbeiten sowie Cases der Teilnehmenden und dem Austausch von Erfahrungen wird eine effektive und nachhaltige Anwendung in der Praxis gewährleistet.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Verwaltungsräte, CEOs, CFOs und Vertriebsleiter sowie weitere Entscheidungsträger, die Preismanagement als strategischen Hebel zur Steigerung von Profitabilität, Marge und Unternehmenserfolg nutzen möchten.

Link

➤ zfu.ch/go/psp

Preisstrategie: Mit systematischem Preis- management zu mehr Gewinn

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

09.03. – 10.03.2027

In Feusisberg
Hotel Panorama Resort

31.08. – 01.09.2027

In Feusisberg
Hotel Panorama Resort

Tag 1: 9.00 – 17.30 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/psp