

DIGITAL MARKSTRAT IN KÜRZE

Die umfassende Marketing Simulation für ihre Mitarbeiter – **experiential learning** bis ins Detail
Der Schwerpunkt liegt hier auf Strategie-Verständnis, Kommunikation und Teamgeist.

Gerade in Zeiten von Corona wird es immer wichtiger, seinen Mitarbeitern auch im Homeoffice Team- und Erfolgs-Erlebnisse zu ermöglichen. Auf Basis einer ausgeklügelten Simulationssoftware führen die Teilnehmer ein Unternehmen durch 7 bis 10 Jahre und müssen dabei eine solide Strategie für ihre Produkte entwickeln, um sich von virtuellen Wettbewerbern und den anderen Teams abzuheben. Das fördert eine verstärkte Kommunikation zwischen den Mitarbeitern und steigert das WIR-Gefühl und die Motivation im Team.

Zudem ist Markstrat für die Vermittlung strategischer Marketingkonzepte wie Markenportfolio-Strategie, Segmentierung und Positionierungsstrategien konzipiert.

Warum ist Markstrat so interessant?

- Strategische Perspektive im Schwerpunkt. Marketing-Mix-Entscheidungen sind nachgelagert.
- Langfristige Sicht: bis zu 10 simulierte Jahre
- Umfassende Behandlung des Wettbewerbs
- Das Verständnis der Kundenbedürfnisse ist entscheidend
- Marketing-Management als Profitcenter

Die Durchführung der Sessions machen den Mitarbeitern Spaß und durch das Begleiten der Teams in den Review-Sessions durch das *SGBI lernen die Mitarbeiter wichtige Aspekte des Managements dazu, die im realen Unternehmen eine hohe Relevanz haben.

In dieser Simulation sind Sie für die Formulierung und Umsetzung der langfristigen Marketingstrategie verantwortlich. Sie müssen die strategische Ausrichtung des Unternehmens in Bezug auf folgende Punkte festlegen:

 <p>Die Produktportfolio-Strategie</p> <p>welche Produkte das Unternehmen entwickeln und vermarkten wird</p>	 <p>Die Segmentierungs- und Positionierungsstrategie</p> <p>welche Marktsegmente angesprochen werden und wie die Produkte positioniert werden sollen</p>	 <p>Die Marketing-Mix-Strategie festlegen</p> <p>die täglichen operativen Marketingentscheidungen für Preisgestaltung, Produktion, Kommunikation und Vertrieb.</p>
--	--	--

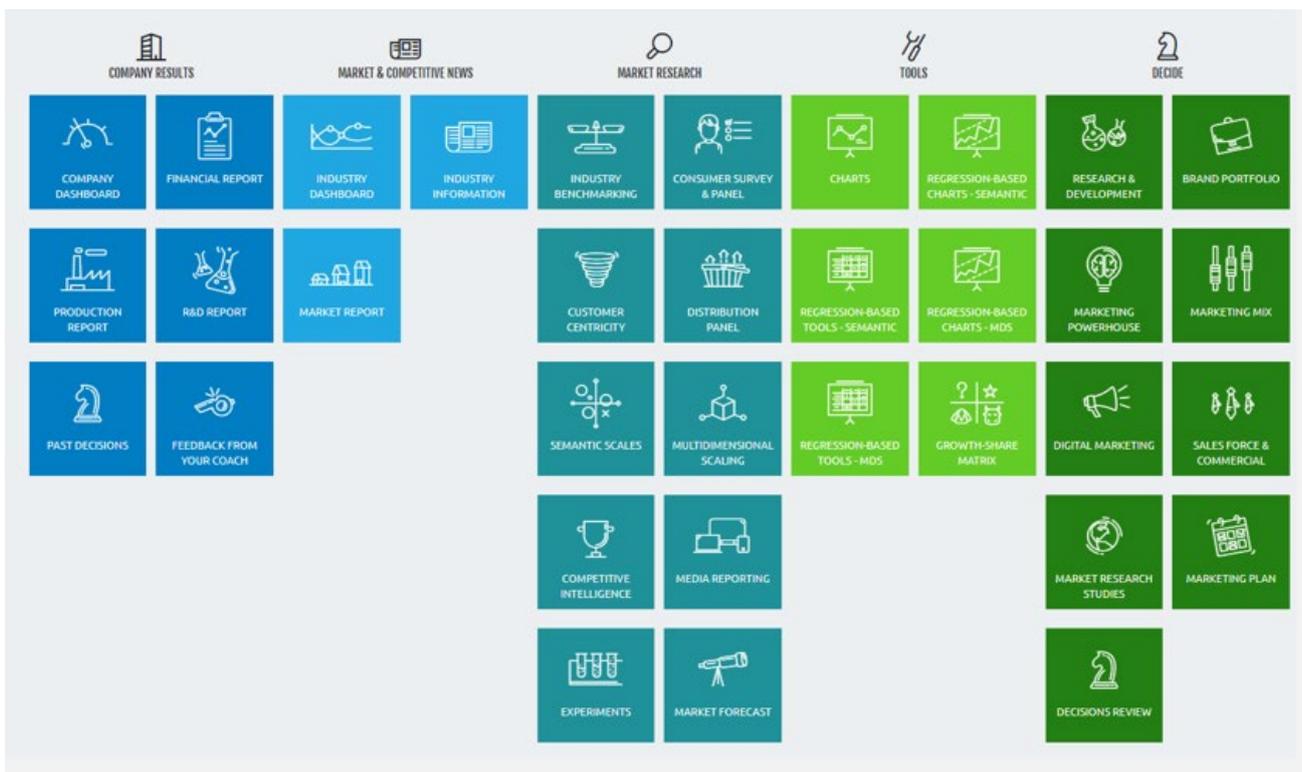
DIGITAL MARKSTRAT IN KÜRZE

Im Besonderen müssen Sie und Ihre Teammitglieder:

- In einem wettbewerbsintensiven Markt arbeiten;
- Ausgewählte Verbrauchersegmente anvisieren und Ihre Produkte positionieren;
- Mit der F&E-Abteilung zusammenarbeiten, um neue Produkte zu entwerfen und zu entwickeln;
- Die Einführung neuer Produkte vorbereiten, bestehende Produkte verbessern, pushen oder vom Markt nehmen;
- Die Schnittstelle zur Produktion besetzen, um die Produktionsplanung festzulegen;
- Die Größe und die Prioritäten Ihres Vertriebs-Teams festlegen;
- Marketing-Initiativen auf Unternehmensebene starten;
- Marktforschungsstudien kaufen, um aktuelle Informationen für die Entscheidungsfindung zu erhalten.

Digital Markstrat ist eine B2C Simulation und ist auch als Markstrat Simulation ohne Digital Marketing Komponenten in einer B2B und B2C Umgebung erhältlich.

Die Hauptmerkmale von Digital Markstrat:



DIGITAL MARKSTRAT IN KÜRZE

Dauer der Simulation. Insgesamt 2 bis 3 Tage über mehrere Tage individuell aufteilbar. Die Sessions können dabei auf 2-3h begrenzt werden.

2 Varianten: Digital Markstrat (B2C) oder Markstrat (B2B, B2C ohne Digital Marketing)

2 Spielarten: TgT (Team gegen Teams) oder TgC (Team gegen Computer)

Team gegen Teams (Direkter Wettbewerb): Dies ist die klassische Art, Markstrat durchzuführen. Die Teams werden in Sparten mit vier bis sechs Firmen gruppiert, wobei jede Firma von einem Team geleitet wird. Alle Teams aus der gleichen Sparte stehen in direkter Konkurrenz, d.h. die Entscheidungen eines Teams haben einen direkten Einfluss auf die Ergebnisse der anderen Teams. Wenn Sie mehr als 6 Teams bilden möchten, werden mehrere Sparten in die selbe Simulation eingeführt.

Team gegen Computer (Indirekter Wettbewerb). Dies ist eine neue Art, Markstrat durchzuführen. Jedes Team wird einer Branche mit 4 Firmen zugewiesen, wobei eine Firma von einem Team geleitet wird und die anderen drei vom Computer geführt werden. Die Teams stehen nicht in direkter Konkurrenz, d. h. die Entscheidungen des einen Teams haben keine direkten Auswirkungen auf die Ergebnisse des anderen Teams. Da jedoch alle Teams in der gleichen Ausgangssituation starten, können die Teamergebnisse jederzeit verglichen werden.

Empfehlung: Wir empfehlen 3-5 Teilnehmer pro Team (zusammen an einem Ort oder gänzlich im jeweiligen Home-Office), um innerhalb der Teams bestmögliche Diskussion und Austausch zu fördern.

Szenario. Die Teilnehmer werden damit beauftragt, die Marketingabteilung einer Elektroniksparte eines großen Unternehmens zu leiten. Sie werden mit mehreren anderen Firmen konkurrieren, um zwei Arten von langlebigen Gütern an die Verbraucher zu vermarkten. Sie sind für die Formulierung und Umsetzung der langfristigen Marketingstrategie verantwortlich.

Digital Markstrat vermittelt den Teilnehmern die ultimative immersive Erfahrung der Arbeit in einer B2C-Umgebung.

Voraussetzung. Die Team- und Ausbilderplattformen sind vollständig Browser-basiert und laufen auf den meisten Systemen, einschließlich Mac OS, Windows, iOS (iPad), Android (Galaxy Tab), Linux. Zur Kommunikation unter den Teams und zwischen den Referenten nutzen wir gewöhnlich Zoom oder Teams von MS z.B. auch für Breakout-Sessions. Wir können uns auch auf ihre jeweilige Kommunikationsplattform einstellen.