



## Pricing für Winzer

Der Preis ist der grösste Hebel für Ihren Gewinn und einfacher zu beeinflussen als Kosten und Absatzmenge. Wein als Qualitätsprodukt hat einen Wert, den die Produzenten abschöpfen sollten. Dazu sind folgende Fragen zu beantworten: Was ist das richtige Preisniveau für meine Weine? Was sind die Endkunden bereit zu bezahlen und warum? Welche Rabatte muss ich dem Handel und der Gastronomie gewähren und welche Gegenleistung kann ich dafür verlangen? Wie kann ich, ohne die Preise zu verändern, das Kaufverhalten meiner Kunden zu meinen Gunsten beeinflussen? Und wie kommuniziere ich erfolgreich eine Preiserhöhung? Auf diese Fragen bietet das aufstrebende Feld des Preismanagements konkrete Antworten und praxisnahe Handlungsempfehlungen.

<b>Datum:</b>	4. Februar 2020
<b>Dauer:</b>	1 Tag (8:30 – 17:30 Uhr)
<b>Anmeldeschluss:</b>	14. Januar 2020
<b>Kursort:</b>	Halbinsel Au (ZH) – Schloss Au
<b>Kosten:</b>	CHF 400 (inkl. Unterlagen und Verpflegung)
<b>Sprache:</b>	Deutsch

### Ihr Nutzen:

- Sie lernen die Kernaspekte des Pricings kennen und wie man diese entsprechend Ihrer angestrebten Positionierung ausgestaltet.
- Sie lernen, wie sie neben Kosten und Konkurrenzpreis den Kundennutzen in Ihre Endkunden-Preiskalkulation mit einbeziehen und entwickeln ein erstes Modell dazu.
- Sie lernen, wie Sie ein anreizgerechtes Rabattsystem für Ihre Gastro- und Handelskunden entwickeln.
- Sie gehen mit einem Set von konkreten preispsychologischen Massnahmen nach Hause, mit denen Sie das Kundenverhalten gezielt positiv beeinflussen können.

### Kursinhalt:

Der Kurs behandelt vier Kernaspekte für ein erfolgreiches Pricing:

1. Preisstrategie und Positionierung – Welche Preisstrategie passt zu Ihrer angestrebten Marktpositionierung? Welche typischen Optionen gibt es für Winzer?
2. Preisbildung (mit Fokus Endkunden/Direktverkauf) – Wie beziehe ich den Kundennutzen in meine Preisgestaltung mit ein?
3. Gestaltung von Konditionensystemen (mit Fokus Gastro- und Handelskunden) – Nach welchen Kriterien lege ich meine Rabatte fest? Welches Verhalten erwarte ich dafür von den Kunden?
4. Nutzung von Preispsychologie zur Preisdurchsetzung (inkl. Preiserhöhung) – Welche praxiserprobten Methoden kann ich gezielt und ohne viel Aufwand einsetzen?

### Methodik:

Zu jedem Themenblock gibt es einen kompakten Theorie-Impuls mit branchenrelevanten Beispielen. Danach werden in moderierten Diskussionen Lösungsansätze entwickelt und in Gruppenarbeiten unter Anleitung des Dozenten konkrete Anwendungen für Winzer erarbeitet.

### Zielpublikum:

Angesprochen werden Fachleute der Weinbranche (Produzenten), welche eine Bereichs- oder Betriebsleitung wahrnehmen oder anstreben.

<b>Kursleitung</b>	Wolfgang Schuster Pricing Experte und geschäftsführender Partner bei der Input Consulting AG, Zürich und Bern
<b>Veranstalter</b>	Weinbauzentrum Wädenswil
<b>Kontakt:</b>	079 819 39 55 / <a href="mailto:info@weinbauzentrum.ch">info@weinbauzentrum.ch</a>
<b>Anmeldung:</b>	Online unter <a href="https://www.weinbauzentrum.ch/de/wissenstransfer">https://www.weinbauzentrum.ch/de/wissenstransfer</a>