

Kernkompetenzen

Betreuen von Fast Moving Consumer Goods (FMCG) im Food- und Non Food-Bereich des deutschen Lebensmittel-Einzelhandels

Definition von Markenstrategien anhand umfassender Analysen und Methoden der Produkt-Optimierung

Entwickeln und Realisieren vernetzter Aktivitäten im Hinblick auf Marketing, Trade Marketing sowie PR und Generieren wirkungsvoller Synergie-Effekte

**Wir bereiten gemeinsam den Weg für das erfolgreiche Einführen von
Markenartikeln auf dem deutschen Markt**

Interims-Marketing

Angebot

Fortführen eines gesamten bestehenden Marketing-Dienstes oder eines entsprechenden Teilbereiches als Überbrückung von Personalengpässen, zum Beispiel bei Kündigung oder Mutterschutz.

Aufbau einer neuen, kompletten Marketing-Abteilung mit Trade Marketing- und/oder Public Relations-Diensten

Auf- oder Ausbau einzelner Marketing-Bereiche zur Unterstützung existierender Marketing- oder Sales-Dienste

- klassisches Marketing
- Trade Marketing
- Public Relations
- Marktforschung

Kosten

Teil- oder Vollzeitvereinbarung möglich

Marketing-Projekte

Angebot

Erstellen von Marktanalysen und Entwickeln von Marketing-Strategien

- Handels- und Verbraucher-Panels
- Store Check und Wettbewerbsanalyse
- Potenzialschätzung
- Strategiefindung
- Profit & Loss-Kalkulation
- Preispositionierung

Produktführung und Produktoptimierung

- Benchmarking
- Konsumenten-Marktforschung
- Potenzialschätzung
- Produkt- und Designentwicklung
- Wettbewerbsbeobachtung
- Workshops

Markenwertanalyse unter folgenden Gesichtspunkten:

- Absatzrelevante Markenidentität
- Einsparpotenziale durch Produktmix-Bewertung
- Optimierung oder Entwicklung von Alternativen
- Erarbeiten von Wettbewerbsvorteilen

Entwicklung von Neuprodukten – von der Idee bis zum Finish

- Brainstorming
- Konsumenten-Marktforschung
- Marktumfeld- und Wettbewerbsbeobachtung
- Potenzialschätzung
- Aktivitäten- und Budgetplanung
- Klärung von Rechtsfragen
- Produkt-, Verpackungs- und Designentwicklung
- Sales-Materialien

Preispositionierung, Profit & Loss-Kalkulation

- Deckungsbeitragsrechnung
- Konditionen- und Margenkalkulation für Top Key Accounts
- Potenzial- und Preiselastizitätsanalysen
- Wettbewerbsbeobachtung

Promotions

- Entwicklung, Organisation und Realisierung unter Berücksichtigung von Marketing- und Vertriebsvorgaben
- Kosten/Nutzen-Abgleich
- Budget- und Erfolgskontrolle

Werbe- und Mediastrategie

- Markenpositionierung
- Werbebriefing
- Agenturauswahl und Konzeptsteuerung
- Koordination bis zur Anzeigenschaltung
- Budgetplanung und -kontrolle

Sales Support-Dienste

- Key Account-Analysen
- Jahresgesprächsleitfäden
- Entwickeln und Steuern von Fachpresse-Werbung und PR
- Erstellen von Produktkatalogen und Sales Foldern
- Anlegen von Produkt-Datenbanken
- Einrichten und Führen von Werbemittelagern

Web-Präsenz

- Konzeption und Realisierung umfassender Internet-Auftritte als Serviceleistung für relevante Interessengruppen wie Handel, Presse und Verbraucher

Benefit

Abdecken von Projektspitzen

Herantasten an neue Marketing-Dienste: Zusammenarbeit mit zuverlässigen Agenturen und Dienstleistern gewährleistet professionelles Projektmanagement

Kosten

Je nach Projektart und -umfang Teil- oder Vollzeitvereinbarung bzw. stunden- oder tageweise Abrechnung möglich

Nielsen-Analysen

Angebot

Individuell definierte Nielsen Market Track-Analysen in Präsentationsform (PowerPoint)

Periodische Reportings anhand individuell festgelegter Parameter

- Monats-, Quartals-, Halbjahres-, Jahresreportings
- Key Account-Analysen (Excel und/oder PowerPoint-Präsentation) zur eigenständigen Aktualisierung durch den Kunden oder durch Peter Désilets Marketing Consulting

Erstellen von Marktübersichten

- nach Kunden, Kanälen, Regionen, Wettbewerbsumfeld
- für Key Account Management, Marketing, Vertriebsregionen

Mitarbeiterschulung auf Nielsen Nitro

- anhand firmenrelevanter Marktdaten
- für schnelleres Verständnis und leichtere Handhabung der Market Track-Datenbank
- Erarbeitete Analysen und Präsentationen/Tabellen stehen im Anschluss an die Schulung für innerbetriebliche Verteilung direkt zur Verfügung

Voraussetzungen

Bereitstellen der Nielsen Market Track-Daten sowie einer Nielsen-Software (Nitro oder Nite) seitens des Auftraggebers

Kosten

Abrechnung nach vereinbarten Stunden- bzw. Tagessätzen