

Differenzierung im totalen Wettbewerb

ZfU International Business School



15.04.2026 bis 16.04.2026 in
Glattfelden

08.10.2026 bis 09.10.2026 in
Glattfelden

«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.

CHF 2'980.00

Mehr Informationen und Anmeldung

Zusätzliche Infos zur Veranstaltung

Zertifikat/Bestätigung

Teilnahmebestätigung

Referenten



Lorenz Wied
Univ. Lektor, Mag. MBA

Veranstalter

ZfU International Business School

Telefon bei Fragen

044 586 86 37

Beschreibung

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.

«Der Zweck eines Unternehmens ist es, einen Kunden zu schaffen und zu halten. Eine klare Positionierung bedingt eine scharfe Differenzierung.»
Jack Trout, amerikanischer Unternehmer

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.

Themen

- **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 steigern Ihren Umsatz und den Status Ihres Unternehmens deutlich und erhöhen den Wert Ihrer Marke signifikant, indem Sie
 - Ihre bestehende Positionierung zukunftsfähig machen, schärfen und einzigartig machen, und darüber hinaus
 - Ihre Differenzierung so schärfen, dass Sie im totalen Wettbewerb zur No. 1 in Ihrem Business werden.
- Sie gewinnen mit einer klaren Positionierung und einer scharfen Differenzierung schneller mehr loyale Kunden.
- Sie entwickeln ein neues Verständnis dafür, Unternehmen und Marken aus der Sicht Ihrer Kunden zu betrachten und die Bedürfnisse, Realitäten und Wünsche zu verstehen und in Ihre Strategie zu integrieren.
- Ihr Unternehmen oder Ihre Marke gibt ein zentrales Kundenversprechen in Form eines Nutzenversprechens ab, das Sie scharf vom relevanten Wettbewerb differenziert. Sie kommunizieren klar, warum Kunden bei Ihnen kaufen sollen und bei keinem anderen Unternehmen.
- Mit Ihrem fundierten Wissen verfügen Sie über die geeignete Sprache und das Fundament, das volle Engagement Ihrer Mitarbeiter zu entfesseln und so eine emotionale Bindung zu Mitarbeitern und Kunden aufzubauen.
- Sie übernehmen die aktive Führungsrolle, Ihr Unternehmen oder Ihre Marke wert- und nutzenorientiert zu führen und damit Ihr Kundenversprechen aus Sicht der Kunden zu erfüllen. Damit steigern Sie die interne Produktivität und die Effektivität in der Kundengewinnung.

Weitere Infos

Zielgruppe

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

Arbeitsmethode

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

Seminarzeiten

1. Tag: 09:00 – 17:00 Uhr

2. Tag: 08:30 – 17.00 Uhr

Änderungen bleiben vorbehalten.

Mehr Informationen und Anmeldung