

Kunde:

Inter IKEA Systems

IKEA ist ständig dabei noch besser zu werden, Ziel ist es immer wieder eine Umsatzsteigerung auf bestehender Fläche zu generieren - und natürlich auch die Ergebnisse und Erträge stets zu steigern. Dazu muss man natürlich selbstkritisch und offen für Veränderungen sein.

Zum ersten Mal nehmen 2014 die Foodservice-Verantwortlichen von 4 verschiedenen Ländern sowie verantwortlich für die international agierenden Shopping Center an diesem internen, weltweiten "IKEA Management Marketing Programm" teil.



Projekt:

Marketing the IKEA Way

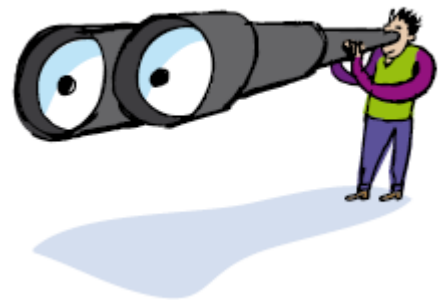
Das IMMP „IKEA Management Marketing Program“ ist das größte und intensivste Aus- und Weiterbildungsprogramm Programm von „Inter IKEA Systems“ Delft/ Niederlande, dem Eigentümer und Franchisor des IKEA Konzepts.

In diesem Jahr sind die IMMP Teilnehmer aus England, Russland, der Schweiz, aus Schweden und den Niederlanden. Ein buntes, internationales Team im Verantwortungsbereich Foodservice und IKEA Shopping Center.



Die spannende IMMP Reise führt die maximal 8 Teilnehmer für ca. 5 Monate durch 5 verschiedene Module:

1. „Marketing in the context of the IKEA business“
1. “Where are we now”
2. “Where do we want to be”
3. “How do we get there?”
4. “What do we do?”



Ob in Workshops, persönlichen Treffen vor Ort oder mit „online learning“ Aktivitäten und Tests; die Verantwortlichen beschäftigen sich mit einer intensiven Analyse des Macro- und Micro Umfelds. Aktuelle Trends, eine detaillierte Analyse der Konkurrenz, deren Schwächen und Stärken, das interne Umfeld - die Ergebnisse der eigenen Betriebe und Bewertungen der verschiedensten Kundenbefragungen - werden im Detail analysiert.

Mit all diesem Wissen wird eine SWOT erstellt, um dann, wenn ich im Detail meine Schwächen und Stärken - aber auch die Chancen und Risiken des Marktes kenne, die richtigen Folgerungen ziehen zu können, um neue Ziele festzulegen und dafür die richtigen Strategien zu entwickeln.

