

Kunde:

Inter IKEA Systems

IKEA möchte für die Kunden noch besser und attraktiver werden. Ziel ist 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.

Die Teilnehmer des Weiterentwicklungsprogramms von 2015 sind aus Dänemark, Schweden, Frankreich, Portugal und Spanien. Auch dabei sind die Verantwortlichen für die international agierenden Shopping Center der Inter IKEA Center Group.



Projekt:

Marketing the IKEA Way

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

Die spannende IMMP Reise führt die zwölf Teilnehmer 2015 für sechs Monate durch 4 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 zunächst mit einer intensiven Analyse ihres jeweiligen Macro- und Micro Umfelds. Aktuelle Trends, Schwächen und Stärken der Konkurrenz und last not least werden das interne Umfeld - die Ergebnisse der eigenen Betriebe, des eigenen Verantwortungsbereichs und die Ergebnisse der verschiedensten Kundenbefragungen - im Detail analysiert .

Mit all diesem Wissen wird eine SWOT erstellt, um dann, wenn jeder im Detail seine Schwächen und Stärken - aber auch die Chancen und Risiken des Marktes kennt, um daraus die richtigen Folgerungen zu ziehen, werden neue Ziele festgelegt und dafür die richtigen Strategien zu entwickelt.

