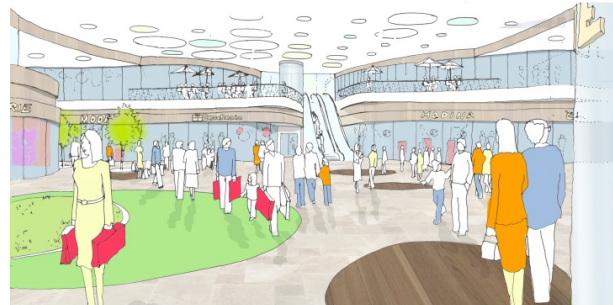


## Kunde:

### 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.!

Die Einrichtungshauschefs, sowie die Sales- und Marketing Manager nehmen deshalb an einem internen, weltweiten "IKEA Management Marketing Programm" teil. !



## Projekt:

### Marketing the IKEA Way

Mit einem 2-tägigen Kick-Off und Opening Workshop in Delft/ Amsterdam - mit dem internationalen Gastredner vom „Karolinska Institutes“ in Stockholm, Hans Rosling zu dem Thema „Global Development“ und Sahar Hashemi, der Gründerin von „Coffee Republic“, der ersten Coffeeshop - Kette in England, startete das Intensiv - Programm, das immerhin 6 Monate dauert. !

Die Teilnehmer erarbeiten ihren eigenen Businessplan für die nächsten 3-5 Jahre. ! Die spannende IMMMP Reise führt 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.

