

einladung

Impulsreferat



marketing
club saar

Thema: Was Sie machen können, wenn Ihre Kunden irrational sind:
behavioral economics und Marketing.

Referent: Prof. Dr. Markus Thomas Münter

Datum: Mittwoch, 21. Juni 2017

Beginn: 19.00 Uhr

Ort: Mercure Hotel Saarbrücken Süd
Zinzinger Straße 9, 66117 Saarbrücken



Moderator: Prof. Dr. Frank Hälsig
Kostenbeitrag: Mitglieder frei, Nichtmitglieder 30 Euro, Studenten 10 Euro

Zum Titel:

Menschen entscheiden in nahezu allen Situationen des Lebens – nach relativ präzise vorhersagbaren Mustern – begrenzt rational. Viele sehr erfolgreiche Unternehmen – Patek Philippe, Starbucks oder netflix – nutzen behavioral economics, um Marketing- und Vertriebsstrategien zu entwickeln oder zu optimieren und damit drastisch den Unternehmenserfolg zu steigern. Und der sprichwörtliche IKEA-Effekt ist mittlerweile für viele Produkte und Geschäftsmodelle bewiesen.

Vor diesem Hintergrund beleuchtet der Vortrag, weshalb und wie Marketing ‚neu gedacht‘ werden muss – er gibt

- Ihnen einen Überblick über typische „begrenzt rationale“ Entscheidungsmuster von Konsumenten und deren Ursachen
- schafft Einblicke in die Erfolgsparameter von Marketing und Vertrieb auf Basis von behavioral economics einer großen Zahl neuer Geschäftsmodelle
- zeigt Startpunkte für die Entwicklung von eigenen Unternehmensstrategien zur Stärkung der Kundenbindung und Erhöhung der Zahlungsbereitschaft der Kunden auf.

Der Referent:

Markus Thomas Münter ist seit 2014 Professor für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Mikroökonomie, an der htw saar. Schwerpunkte seiner Forschung sind das Zusammenspiel von disruptiven Innovationen, Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und endogenen Marktstrukturen. An der htw saar lehrt Münter Mikroökonomie, Wettbewerbspolitik sowie Managerial and Behavioral Economics, veranstaltet in jedem Sommersemester eine Workshopreihe "startups und neue Geschäftsmodelle" und begleitet zahlreiche startups in deren Gründungs- und Wachstumsphase. Daneben unterstützt er Unternehmen, deren Fähigkeiten nachhaltig und dauerhaft zu verbessern – aktuell insbesondere in den Themen Innovationsstrategie, Digitalisierung und organisatorische Neuaufstellung.

Münter hat am Lehrstuhl für theoretische Volkswirtschaftslehre der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg promoviert und an der London Business School gearbeitet. Vor seinem Einstieg an der htw saar hat er 15 Jahre als Unternehmensberater und in Management-Funktionen die strategische Neuausrichtung, Unternehmenszusammenschlüsse und Transformation internationaler Banken und Finanzdienstleister mitgestaltet, bis Anfang 2014 als Principal der Eurogroup Consulting in Frankfurt.

Herzlichen Dank an das Mercure Hotel Saarbrücken Süd für die Realisierung dieser Veranstaltung in ihrem Hause und die anschließende Einladung zum Imbiss und Umtrunk .

Wir freuen uns sehr, Sie am Veranstaltungsabend begrüßen zu können und wünschen bereits heute einen informativen und interessanten Abend.

Herzliche Grüße
Marketingclub Saar e. V.
gez. Lilo Pratt-Philippi, Geschäftsführerin

MCS-Treff

Ob Neumitglieder, Gäste, Wiedereinsteiger oder Mitglieder, knüpfen Sie auf einfache Weise nach der Veranstaltung neue Kontakte am Tisch des MCS-Treff –
Mitten drin statt nur dabei!

Nächste Veranstaltung:

04.07.2017 Mit kundenorientiertem Service das Markenbild prägen

Referent: Kai Riedl

Ort: **Esplanade Saarbrücken**