

Effektives Marketing - „Der Weg zum Kunden“

Der Erfolg eines Unternehmens hängt heute mehr denn je von marktorientiertem Handeln ab. Das Verständnis von Märkten und Kunden, Wettbewerbern und den anzuwendenden Marketinginstrumenten ist dafür eine grundlegende Voraussetzung.

Ihr Nutzen

In diesem Seminar erhalten Sie direkt umsetzbares Basiswissen – von den Zielsetzungen über Strategien bis hin zu den einzelnen Maßnahmen.

- Sie profitieren von hochwertigem Input der Trainer.
- viel Raum für Diskussion durch begrenzte Teilnehmerzahl.
- Lösungsansätze auf Ihre individuellen Fragestellungen.

Inhalte

- Definition Grundlagen Marketing
 - Strategisches/operatives Marketing
 - Marktuntersuchung und Marktforschung
 - Sekundärforschung (Desk Research)
 - Primärforschung (Field Research)
- Der Marketing Mix
 - Pragmatische Ergebnisse mit kleinen Budgets
- Produktpolitik
 - Analytisch-methodische Vorgehensweisen zur strategischen Positionierung von Produkten und Dienstleistungen
 - Produktportfolio-Analyse
- Servicepolitik
 - Alleinstellungsmerkmale (USP)
 - Instrument zur Produktabgrenzung in homogenen Märkten
- Preis- und Konditionspolitik
 - Preisbildungsprozess: marktorientiert, kostenorientiert, konkurrenzorientiert
- Distributionspolitik
 - Vor- und Nachteile unterschiedlicher Vertriebskanäle
- Kommunikationspolitik
 - Werbung, Sales Promotion, PR
 - Sponsoring, Eventmarketing, Messen
 - Marketing im Internetzeitalter
- Marktsegmentierung
 - Möglichkeiten und Chancen der Marktsegmentierung

Methode

Grundkenntnisse des Marketingprozesses und deren praktische Umsetzung stehen im Seminarmittelpunkt. Sie werden befähigt, sich auf dem Gebiet des Marketings zu orientieren und sicher mit Marketingbegriffen umzugehen.

Das Training lebt von der Bereitschaft der Teilnehmer, sich persönlich einzubringen.

Teilnehmerkreis/Zielgruppe

Führungskräfte, Entscheider und Entscheidungsvorbereiter (Assistenten, Sachbearbeiter, Sekretärinnen, etc.), die nicht über eine betriebswirtschaftliche Ausbildung verfügen bzw. ihre Fachkenntnisse um praxisorientiertes Marketingwissen ergänzen möchten.