

## 4851 Strategisches Marketing – Märkte schaffen, erobern und beherrschen

Perfektion im Detail ist wirkungslos, wenn die Richtung der Marketing- und Vertriebsaktivitäten unklar ist. Das Seminar hilft, Peter Druckers bekannten Ausspruch: »Es kommt darauf an, die richtigen Dinge zu tun, nicht die Dinge richtig zu tun.«, systematisch bei der Entwicklung und Umsetzung wirksamer Marktbearbeitungsstrategien in die Praxis zu übertragen.

### Teilnehmerkreis:

Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aus Marketing und Vertrieb und Führungskräfte mit mehrjähriger Berufserfahrung, die zusätzlich zu ihrer bisherigen Aufgabe mehr Verantwortung für Marketing übernehmen und das Kundenpotenzial ihres Unternehmens weiter entwickeln möchten.

Beispiele:

- Projektleiter
- Laborleiter
- Leiter Produktion, F & E, Logistik
- Leiter Controlling, Recht
- Personal, IT
- Assistenz der Geschäftsführung

### Termin:

Termin und Ort auf Anfrage

### Zeitplan:

1. Tag: 09.00 Uhr - 18.00 Uhr
2. Tag: 09.00 Uhr - 17.00 Uhr

### Tagungshotel:

Hotel- und Anreisebeschreibung erhalten Sie zusammen mit Ihren Anmeldeunterlagen, ein Zimmerkontingent steht für Sie zur Verfügung.

### Teilnahmegebühr:

€ 1.350,- inkl. Tagungsunterlagen, Mittagessen und Erfrischungen zzgl. MwSt.

#### Frühbucherrabatt

Bei Anmeldungen bis zu 3 Monaten vor Seminarbeginn erhalten Sie 10 % Rabatt.

### Weitere Angebote:

4823 Strategisches Management  
4850 Marketing-Basiswissen  
4852 Produktmanagement  
4853 Key Account Management

### Inhalte:

- Das Marketingleitbild als Orientierung für die operative und strategische Arbeit
- Was ist Strategie? Irrtümer und Richtigstellungen
- Effektive Informationsbeschaffung für strategische Entscheidungen in der Praxis
- Umgang mit Unsicherheit und Unschärfe
- Warum traditionelle Planungssysteme durch Strategische Führung ersetzt werden müssen
- Strategisches Wettbewerbsanalyse (Branchenstrukturanalyse) als Voraussetzung der langfristigen Renditesicherung
- Erkennen und Aufbauen strategischer Wettbewerbsvorteile
- Identifikation von Marktchancen
- Erfolgsstrategien in verschiedenen Branchen
- Identifikation und Nutzung von Erfolgs-Faktoren (generelle, branchenspezifische und unternehmensindividuelle Erfolgsfaktoren)
- Die eigene Wettbewerbsstrategie entwickeln und umsetzen
- Wie Sie echte Alleinstellung in Ihren Märkten erreichen

### Ihr Nutzen:

- Vermittlung von Aufbauwissen durch einem erfahrenen Experten und Praktiker.
- Fähigkeit, operativen Aktionismus von nachhaltigen Strategien zu unterscheiden.
- Entwickeln und Umsetzen von Marketingstrategien.
- Effektive Wege für mehr Absatz, größere Kundenzufriedenheit und höhere Erträge

### Methodik:

Im Seminar findet ein situationsbezogener aktivierender Methoden-Mix Anwendung: strukturierter Dialog, Moderation, Gruppendialog und Erfahrungsaustausch, Fallstudien aus Arbeitssituationen der Teilnehmer, Kurzvorträge.

### Ihre Experten:

Mirko Düssel u.a. Experten der GME Schule der Manager