

4950 Marketing Basiswissen – Ziele, Aufgaben und Instrumente für die Praxis

Der größte Engpass im Unternehmen ist die Absatzseite. Gute Produkte und Dienstleistungen bieten viele an. Aber die eigenen Stärken gezielt in Markterfolg umzusetzen, schaffen nur wenige. Das Seminar vermittelt hierzu die Grundlagen.

Nahtlos und zuverlässig zusammenwirkende Marketing-Lösungen stellen sicher, dass alle Geschäfts- und Kommunikationsprozesse konsequent auf den Markt ausgerichtet sind. Damit wird sichergestellt, dass dauerhafte Wettbewerbsvorteile identifiziert, systematisch entwickelt und wirksam genutzt werden.

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

Termine:

15.06. – 17.06.2009 Timmendorfer Strand
02.11. – 04.11.2009 Düsseldorf

Zeitplan:

1. Tag: 10.00 Uhr – 18.00 Uhr
2. Tag: 09.00 Uhr – 18.00 Uhr
3. Tag: 09.00 Uhr – 17.00 Uhr

Tagungshotel:

Timmendorfer Strand

Hotel Atlantis, EZ/ÜF € 89,--

Düsseldorf

NH Hotel Düsseldorf-City, EZ/ÜF € 99,--

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

Teilnahmegebühr:

€ 1.850,-- inkl. Tagungsunterlagen, Mittagessen und Erfrischungen zzgl. MwSt.

Frühbucherrabatt

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

Inhouse-Seminar

Noch individueller: Dieses Thema führen wir für Sie auch als **firmeninternes Seminar** an einem Ort Ihrer Wahl durch. Weitere Informationen siehe Seite 39 ff.

Inhalte:

- Einführung in das Marketing
- Komponenten des Marketing
- Trends und Entwicklungen
- Kundennutzen, Kundenerwartungen, Kundenzufriedenheit
- Marketingkennziffern
- Marktsegmentierung, Differenzierung und Positionierung
- Wettbewerbsvorteile erkennen und sicher nutzen
- Marktforschung
- Bestimmung des Marketing-Mix
-Produkt und Sortiment
-Preis und Konditionen
-Distribution und Vertrieb
-Kommunikation und Promotion
- Produktlebenszyklus
- Kaufprozessanalyse
- Produkteinführung
- Grundgesetze des Marketing
- Besonderheiten in
-Konsumgütermärkten
-Investitionsgütermärkten
-Dienstleistungsmärkten

Ihr Nutzen:

- Fundiertes Grundlagenwissen zum Thema Marketing mit den wichtigsten Methoden und Techniken zur Anwendung in der Praxis.
- Gesamtbild zum Thema effektives Marketing – von der Einführung bis zum Relaunch bzw. bis zur Elimination eines Produktes.
- Erarbeiten der notwendigen Informationsgrundlagen zur Markt-, Wettbewerbs- und Umfeldsituation.
- Erkennen der Notwendigkeit eines integrierten Marketing-Mixes

Methodik:

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

Ihre Experten:

Trainer der GME Schule der Manager