

# 1051 Strategisches Marketing (Wirksame Markt-Positionierung) – Märkte schaffen, erobern, beherrschen

Perfektion im Detail ist wirkungslos, wenn die Richtung der Marketing- und Vertriebsaktivitäten unklar ist. Das Seminar hilft, Peter Druckers Anspruch: »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. Der zentrale Erfolgsfaktor für ungewöhnliche Markterfolge ist eine klare Positionierung. Das Seminar vermittelt praxiserprobte Strategien für das Erreichen echter Wettbewerbsvorteile und Alleinstellung – den Eckpfeilern aus dem Dilemma von Austauschbarkeit und Preiskampf.

### Teilnehmerkreis:

Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aus Marketing und Vertrieb und Führungskräfte mit mehrjähriger Berufserfahrung, die zusätzlich zu ihrer bisherigen Aufgabe mehr Verantwortung für den Markterfolg übernehmen und das Kundenpotenzial Ihres Unternehmens weiterentwickeln möchten, Quereinsteiger aus anderen Fachrichtungen sowie alle Mitarbeiter, die an der Entwicklung und/oder Umsetzung von Marketingstrategien in konkrete Aktionen und Programme beteiligt sind.

### Termine:

08.01.2010 Düsseldorf/Kaarst  
21.07.2010 München  
08.09.2010 Düsseldorf/Kaarst

### Zeitplan:

10.00 Uhr – 18.00 Uhr

### Tagungshotel:

#### Düsseldorf/Kaarst München

Das Seminarhotel wird Ihnen mit der Anmelde-Bestätigung mitgeteilt.

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

### Teilnahmegebühr:

€ 990,- inkl. Tagungsunterlagen, Mittagessen und Erfrischungen zzgl. MwSt.

#### So können Sie sparen!

Bei unseren Marketing und Vertriebsseminaren mit dem Experten Mirko Düssel zahlen Sie bei Buchung mehrerer Tagesseminare den günstigeren Preis für mehrtägige Seminare:

2 Tage = € 1.490,00 netto  
3 Tage = € 1.990,00 netto

### 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
- Strategische Wettbewerbsanalyse (Branchenstrukturanalyse) als Voraussetzung der langfristigen Renditesicherung
- Erkennen und Aufbauen strategischer Wettbewerbsvorteile
- Identifikation von Marktchancen
- Erfolgsstrategien in verschiedenen Branchen
- Identifikation und Nutzung von Erfolgsfaktoren (generelle, branchenspezifische und unternehmensindividuelle Erfolgsfaktoren)
- Die eigene Wettbewerbsstrategie entwickeln und umsetzen
- Wie Sie echte Alleinstellung in Ihren Märkten erreichen
- Von der effektiven Markt-Segmentierung zur strategischen Markt-Positionierung
- Differenzierung und Assoziierung als Fundament der Positionierung
- Erfolgsprinzipien der Positionierung
- Erfolgreiche Markenstrategien: Mit Momentum und Begeisterung echte Alleinstellung in den Köpfen der Käufer erzielen
- Markenerfolg (Brand Equity)
- Markenstrategien

### Neu im Programm

#### 1055 Marketing Kompakt

10.03.2010 Düsseldorf/Kaarst  
10.11.2010 Düsseldorf/Kaarst

#### 1056 Marketing Planung

12.03.2010 Düsseldorf/Kaarst  
12.11.2010 Düsseldorf/Kaarst

#### 1057 Marketing Controlling

11.03.2010 Düsseldorf/Kaarst  
11.11.2010 Düsseldorf/Kaarst

### Zielsetzung des Seminars:

Das Training vermittelt den Teilnehmenden einen praxiserprobten und bewährten Weg aufbauend auf der strategischen Analyse über die notwendigen strategischen Entscheidungen zu robusten Marketingstrategien.

#### Ihr Nutzen:

Vermittlung von Marketingwissen durch einen 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, Erfahrungsaustausch, Moderation, Kurzvorträge, Übungen und Selbsttests, Checklisten, Fallstudien.

#### Praxistransfer:

Der Einsatz aktiver Lehrmethoden, die intensive Nutzung der Seminarzeiten, die ausführlichen Seminarunterlagen und nicht zuletzt die Teilnehmer-Hotline bis 12 Wochen nach dem Seminar gewährleisten den Transfer und unterstützen die Teilnehmer bei der Umsetzung in die Praxis.

#### Seminarunterlagen:

Die Teilnehmer erhalten ausführliche Seminarunterlagen mit allen Charts und Checklisten.

#### Ihr Experte:

Mirko Düssel

#### Inhouse-Seminar

Noch individueller: Dieses Programm führen wir für Sie auch als **firmeninternes Seminar** an einem Ort Ihrer Wahl durch.

**Detailbeschreibungen auf Anfrage**