

# MARKTERFOLG FÜR JUNIORS

Dauer: 2 × 4 Tage

60

**Die Aufgabe des Marketings im Unternehmen ist es, alle Aktivitäten auf das auszurichten, was als einziges zu nachhaltiger Prosperität des Unternehmens führt: auf den Kunden.**

Marketing ist somit das interne Kompetenzzentrum für alle Themen, die sich mit dem Kunden, seinen Bedürfnissen, dem Kundennutzen, der Kundenzufriedenheit, der Potenzialnutzung, der Kundenbindung, der Preisbildung, Marktbearbeitung, Kommunikation, dem Verkauf und Vertrieb beschäftigen. Im Zentrum des Marketings steht der Markterfolg. In diesem Seminar lernen Sie, wie die wirkungsvolle Steuerung des Markterfolgs in der Praxis funktioniert.

## TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Jüngere Führungskräfte, Stabstelleninhaber(innen) und Spezialist(inn)en aus allen Bereichen, die Schritt für Schritt die Grundlagen für die Steuerung des Erfolgs am Markt erlernen wollen.
- Junior Manager aus Abteilungen wie Marketing, Kundenmanagement, Produktmanagement, Marketing-Services, Verkauf, Vertrieb, Research.

- Zukünftige Leader, die ihre Kompetenz im Marketing und in der Steuerung des Markterfolgs steigern wollen.

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Das marktorientierte Geschäftsmodell

- Die ganzheitliche Steuerung des Markterfolgs
- Marketing als Interessensvertreter des Kunden im Unternehmen
- Marketing als Basis für rentables Wachstum

### Treiber für rentable Marktpositionen

- Die Markterfolgs-Konzeption
- Strategische Positionierung
- Tools: Anwendung der Instrumente zur Planung und zum Aufbau einer lebensfähigen, rentablen Marktposition

### Marketing-Analysen

- Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalysen
- Internet als Quelle von Informationen
- Consumer Insights
- Marktforschung

### Einzigartigkeit als Ziel

- Das einzigartige Marktmodell
- Geschäftsverständnis und Identität
- Differenzierung als permanente Herausforderung

### Kundensegmentierung

- Funktion und Techniken der Segmentierung
- Kundensegmentierung als Basis für das Zielgruppen-Marketing
- Leistungs-Differenzierung
- Preisstrategien und Preisdifferenzierung

### Die überzeugende Strategie

- Wachstums-Strategien im Kerngeschäft
- Rentabilitäts- und Wertsteigerungs-Strategien
- Kampf um Marktanteile
- Innovations-Strategien
- Bessere Nutzung der Kundenpotenziale
- Gekonnte Neukunden-Akquisition
- Globalisierung und Aufbau neuer Ländermärkte
- Einstieg in neue Geschäftsmodelle

### Wirkungsvoller Einsatz der Marketing-Instrumente

- Produkt-, Service- und Sortiments-Gestaltung
- Preis- und Konditionenpolitik
- Werbung und Kommunikation
- Verkauf, Verkaufskanäle, Vertrieb
- Handelsmarketing
- Direktmarketing
- Verkauf im B2B- und Service-geschäft
- Verkauf im Dienstleistungs-Geschäft

## SEMINARDATEN

### 8842

Teil 1: 07.–10.11.2022  
Davos  
Teil 2: 23.–26.01.2023  
Luzern

### 8813

Teil 1: 16.–19.01.2023  
Horn/St. Gallen  
Teil 2: 27.–30.03.2023  
Hallwilersee

### 8823

Teil 1: 13.–16.03.2023  
Wildhaus  
Teil 2: 27.–30.03.2023  
Hallwilersee

### 8833

Teil 1: 08.–11.05.2023  
Luzern  
Teil 2: 04.–07.09.2023  
St. Gallen

### 8843

Teil 1: 04.–07.09.2023  
St. Gallen  
Teil 2: 27.–30.11.2023  
Horn/St. Gallen

### 8853

Teil 1: 06.–09.11.2023  
Wildhaus  
Teil 2: 27.–30.11.2023  
Horn/St. Gallen

### Seminargebühr

CHF 6900.–\*  
(zzgl. 7.7% MWST)

\* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).