

ST. GALLER MARKETING PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

76

Falsch verstandenes Marketing führt zu «Aktionitis» – gekonntes Marketing zu Resultaten.

Dazu braucht es:

- vertiefte Einsicht in die Gesetzmässigkeiten und Erfolgsfaktoren des eigenen Marktes.
- Informationen über Kundenbedürfnisse, Kundenzufriedenheit und ungelöste Kundenprobleme.
- Kenntnis der Ausgangslage und Handlungsoptionen aller Marktteilnehmer.
- konzeptionell überzeugende Leistungspakete für griffig segmentierte Zielgruppen beziehungsweise Marktsegmente.
- Kostenstrukturen, die einen preispolitischen Spielraum zulassen.
- ein Marktbearbeitungskonzept, das die für den Markterfolg nötige Vermarktungsstärke erzeugt.
- Bereitschaft zu «Investitionen in den Markt», allerdings basierend auf einem guten Gespür für eine vernünftige Input-Output-Relation.
- Konsequenz in der Umsetzung im Verkauf und in der Kommunikation nach innen und nach aussen.

Diese Bestandteile eines ganzheitlichen resultatorientierten Marketings werden im 2-teiligen St. Galler Marketing Programm anhand von Praxisbeispielen erarbeitet. Neuestes Wissen wird mit bewährten Instrumenten und Methoden aus der vielfältigen Welt des Marketings kombiniert.

Zu Beginn werden Techniken und Gesetzmässigkeiten aus dem Bereich der Marketinganalysen vorgestellt. Sie lernen, die wirklich wichtigen Informationen aus der Fülle der möglichen Informationen herauszufiltern und zu beschaffen.

Danach wird gezeigt, wie Marketingkonzepte erarbeitet werden und wie ihre Erfolgswahrscheinlichkeit oder Floggefahr hinterfragt werden kann.

Der richtige Einsatz der Marketinginstrumente (Verkauf, Verkaufsförderung, Werbung, PR usw.) sowie die Verknüpfung mit der Planung und Budgetierung werden anschliessend intensiv und praxisbezogen behandelt. Wir zeigen, wie Konzepte wie CRM, Clienting oder Relationship-Marketing wirken und wie sie heute einzusetzen sind.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte und Spezialisten aus allen Fachbereichen, die eine Gesamtsicht zum modernen Marketing wünschen
- Zentrale Dienstleister
- Produktmanager, Projektleiter
- Marketingleiter, Verkaufsleiter und Key-Account-Manager
- Führungskräfte und Spezialisten mit Markt-, Kunden- oder Umsatzverantwortung

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Die wichtigsten Analysen im Marketing

- Erarbeiten von Marktanalysen: Vorgehen, Methoden, Beispiele
- Aufspüren neuer Marktchancen: Kreativität und Ideenreichtum
- Das Erkennen von Trends
- Warum Märkte vermehrt «gemacht» werden müssen und wie dabei vorgegangen wird
- Der neue Konsument: Vom Wertewandel zur Lifestyle-Segmentierung
- Konkurrenzforschung: Vom Mitbewerber lernen

Marketing-Strategie und Marketingkonzept

- Bausteine und Prozess eines ganzheitlichen Marketing-Konzepts
- Marketingstrategien im Vergleich
- Image, Corporate Identity, Positionierungsmodelle
- Möglichkeiten der Segmentierung
- Marketingstrategien mit hoher Erfolgswahrscheinlichkeit
- Marketingstrategien mit hoher Floggefahr
- Das Produkt-/Marktkonzept als Basis für die Marktbearbeitung

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Der zweite Seminaranteil widmet sich der Frage, wie sich die Vorgaben des Marketing-Konzepts in Verkaufserfolg und damit in messbare Ergebnisse überführen lassen.

- Preispolitik als Absatzförderungsinstrument

Marktbearbeitungskonzept

- Werbung: Was sie kann und was sie nicht kann
- Verkauf: Verkaufsführung, Verkaufssysteme, Steigerung der Verkäufereleistung
- Verkaufsförderung: Ziele und Möglichkeiten
- Direktmarketing: (Vor-)Verkaufen mit Resultaten
- Multi-Channel-Strategie
- Online-Marketing

Marketingplanung

- Die Konkretisierung des Marketingkonzepts in der Marketingplanung
- Marketingmassnahmenplan
- Marketingbudget und Ergebnisplanung

Corporate Brand Management

- Das Unternehmen als Marke, Corporate Image und Corporate Identity
- Werbung, Public Relations und Promotions als Instrumente der Imagepositionierung
- Markenpolitik als zentrale Erfolgsgrösse

Verkaufs- und Vertriebs-Strategien

- Ganzheitliche Verkaufs- und Vertriebskonzepte
- Management der Vertriebskanäle
- Direktmarketing, One-to-One-Marketing

Umsetzung am Verkaufspunkt

- Vom Konzept zum Verkaufsabschluss
- Wirkungsvolle Verkaufsprozesse gestalten

Verkaufssteuerung und Verkaufscontrolling

- Planung und Budgetierung im Verkauf
- Instrumente eines modernen Verkaufscontrollings
- Steuerungsinstrumente für Vertrieb und Aussendienst

Key-Account Management

- Identifikation und Betreuung von Schlüssel- und Referenzkunden
- Kundenbindungssysteme
- versteckte Kundenpotenziale erkennen und nutzen
- Neukundenakquisition
- Kundenrückholaktionen erfolgreich gestalten

Spezialthemen

Ausgewählte Spezialthemen sind für eine vertiefte Bearbeitung anhand von Fallstudien und eigenen Problemstellungen der Teilnehmer vorgesehen:

- Servicemanagement: Einzigartig dank Dienstleistungen
- Markenpolitik: Konzeption und Realisierung einer Marke
- Strategische Positionierung: Mit der richtigen Markterfolgskonzeption zum Erfolg bestimmt
- Sortimentspolitik: Sortimentsausweitung oder Sortimentsstraffung?
- Preispolitik: Höchstpreis oder Discounting?
- Vermarktung: Wege zur Vermarktungsstärke
- Innovationspolitik: Marktlücken finden, Marktnischen besetzen

SEMINARDATEN

4245	Teil 1: 30.06.–03.07.2025, St. Gallen Teil 2: 08.–11.09.2025, Brunnen
4265	Teil 1: 25.–28.08.2025, Brunnen Teil 2: 04.–07.11.2025, Köln, DE
4275	Teil 1: 27.–30.10.2025, St. Gallen Teil 2: 03.–06.02.2026, Davos
4216	Teil 1: 26.–29.01.2026, Davos Teil 2: 03.–06.02.2026, Davos
4226	Teil 1: 26.–29.01.2026, Davos Teil 2: 28.09.–01.10.2026, Stuttgart, DE
4236	Teil 1: 02.–05.03.2026, St. Gallen Teil 2: 28.09.–01.10.2026, Stuttgart, DE

Seminargebühr

CHF 8500.–* (zzgl. 8.1% MWST)**

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

** länderspezifische MWST für Seminare ausserhalb der Schweiz.

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische
Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 244 55 55

ADMINISTRATION, ORGANISATION UND ANMELDUNG

Unser oberstes Ziel ist es, Ihnen aktuelles Management-Wissen in praxisnaher Form zu vermitteln. Inhalt und Ablauf der Seminare werden dabei so weit als möglich an die spezifischen Anforderungen der Teilnehmenden angepasst, um eine Umsetzung der Konzepte und Methoden in der eigenen Praxis zu begünstigen.

Unser Weiterbildungsangebot ist dazu in Module gegliedert, welche jeweils in sich geschlossen, zugleich aber themenspezifisch kombinierbar sind. Dadurch ist es möglich, auch umfassende Programme durch geeignete Kombination der Module sehr individuell an die Bedürfnisse unserer Kunden anzupassen.

Gerne erläutern wir Ihnen die Vorzüge dieses Konzeptes oder beraten Sie bei der Auswahl des für Sie optimalen Angebots.

Die nachfolgenden administrativen Hinweise ermöglichen Ihnen einen reibungslosen Ablauf Ihrer Anmeldung. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung

Bestätigung/Zertifikat

Nach Eingang Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen umgehend eine schriftliche Anmeldebestätigung sowie die Rechnung für die Seminar-/Studiengebühr zu. Über den Besuch des Kurses erhalten Sie nach Abschluss des letzten Programmtails eine Teilnahmebescheinigung bzw. ein Zertifikat.

Seminar-/Studiengebühr/Euro/MWST

Die Seminar-/Studiengebühr beinhaltet das Kurshonorar (zzgl. 8.1% MWST) sowie umfassende Kursunterlagen. Bei Durchführung ausserhalb der Schweiz gelten die MWST-Sätze des entsprechenden Landes. Unterkunft und Verpflegung sowie Tagespauschale sind in der Studiengebühr nicht enthalten und müssen individuell vor Ort beglichen werden. Werden nur Teile eines Seminars besucht, so können die versäumten Semintage nicht nachgeholt werden. Es besteht auch kein Anspruch auf Rückerstattung der Seminargebühr. Rechnungsstellung in Euro möglich.

Umbuchungen/Stornierung

Umbuchungen von einer Seminar- oder Diplombuchung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 400.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und

6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminar- resp. Diplomgebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Diplomgebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werktage vor Seminarbeginn erfolgt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der SGM I Management Institut St. Gallen AG, die Sie im Internet unter www.smp.ch/agb finden.

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Hotel

Seminare werden in der Regel in Hotels durchgeführt. Sie profitieren dabei von einer preisgünstigen Seminarpauschale. Es steht Ihnen selbstverständlich frei, eine andere Unterkunft zu wählen. In jedem Fall ist aber eine Tagespauschale direkt an das Hotel zu entrichten.

Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie detaillierte Hotelinformationen sowie ein Zimmerreservationsblatt, welches Sie bitte umgehend ausgefüllt an uns retournieren. Wir übernehmen dann in Ihrem Auftrag die Hotelreservation. Das Hotel stellt Ihnen dann bei Abreise individuell Rechnung.

ANMELDUNG

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung.

Bitte melden Sie sich per Anmeldeformular auf der entsprechenden Produktwebseite auf www.smp.ch an oder per E-Mail an seminare@smp.ch mit Angabe der entsprechenden Produktinformation. Besten Dank.

Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Sollten für ein Seminar keine freien Plätze mehr verfügbar sein, so werden Sie unverzüglich darüber informiert. Ein teilweiser Besuch mehrteiliger Programme ist im Einzelfall nach individueller Abklärung möglich.

Kleinere Programmänderungen bleiben vorbehalten, sofern sie den Seminarerfolg begünstigen

SMP
Management Programm St. Gallen
Haggenpark, Oberstrasse 275
CH-9014 St. Gallen
Telefon +41 71 244 55 55
seminare@smp.ch
www.smp.ch