



SGMI 
MANAGEMENT INSTITUT
ST. GALLEN



St. Galler Marketing-Seminar



St. Galler Marketing-Seminar

Intensiv-Seminar zu Aufbau, Methoden und Wirkungsweise des modernen Marketings für

- ▶ Führungskräfte und Stabsmitarbeiter aus Marketing, Verkauf, Vertrieb, Kunden-, Produkt- und Marktmanagement, Werbung, Marktforschung.
- ▶ Führungskräfte, die Marketing- und Verkaufskonzepte anregen und beurteilen wollen.
- ▶ Nachwuchstalente aus Marketing und Verkauf, die ihr in der Praxis gewonnenes Wissen systematisieren und untermauern wollen.
- ▶ Führungskräfte aus technischen oder kaufmännischen Bereichen, die sich gezielt und konzentriert in den Themenbereich Marketing einarbeiten wollen.

Konzept

Marketing beeinflusst den Erfolg ganz entscheidend. Das beste Produkt, die innovativste Marktleistung nützt nichts, wenn der Kunde sie nicht braucht, nicht will oder nicht weiss, dass es sie gibt. Zentrale Aufgabe von Marketing ist daher, die Bedürfnisse und Anforderungen des Marktes mit den Möglichkeiten und Konzepten des eigenen Unternehmens in Einklang zu bringen. Dank eines ganz speziellen Kundennutzens soll die preispolitische Flexibilität dank Wettbewerbsvorteilen, Kundenpräferenz und Effektivität im Verkauf erreicht werden. Drei zentrale Aspekte gilt es zu optimieren:

▶ Marketingkultur

Die Ausrichtung aller Unternehmensbereiche auf Kundenbedürfnisse und die Orientierung an der umfassenden Kundenzufriedenheit ist das zentrale Anliegen der Marketingphilosophie. Gefordert sind daher alle Mitarbeiter eines Unternehmens: Kundenorientierung ist nicht nur eine Angelegenheit der Marketing- und Verkaufsabteilung. Wie gelingt es, eine kundenorientierte Denkhaltung zu entwickeln und zu kultivieren?

▶ Marketingkonzept

Mit dem Marketingkonzept wird der Markterfolg konzeptionell vorgespurt. Wie wird ein Marketingkonzept erarbeitet, bewertet und umgesetzt?

▶ Verkaufsmanagement

Ohne Verkaufserfolg nützen die besten Konzepte nichts. Wie ist vorzugehen, um die Verkaufsleistung zu steigern und neue Verkaufssysteme und Vertriebskanäle aufzubauen?

Themenschwerpunkte

Die Gesetze des Marktes

Das Unternehmen bewegt sich in einem ständig wechselnden Markt. Jeder Markt funktioniert nach bestimmten Gesetzmässigkeiten und Spielregeln.

- ▶ Die Logik des Marktes
- ▶ Konsequenzen unterschiedlicher Marktconstellationen
- ▶ Erfolg in Pioniermärkten, Wachstumsmärkten, reifen und schrumpfenden Märkten. Kann man Märkte machen?

Märkte analysieren

Basis jedes wirkungsvollen Marketings sind eine konzentrierte Marktanalyse und Marktforschung. Zugleich ist der Reifegrad der eigenen Unternehmenskultur bezüglich Kundenorientierung (Customer Focus) zu überprüfen.

- ▶ Wie werden Marketinganalysen erstellt und ausgewertet?
- ▶ Wie können Kunden- und Verbraucherverhalten untersucht werden?
- ▶ Warum sind Konkurrenzanalysen so wichtig, wie werden sie erstellt und wie kann vom Wettbewerb gelernt werden?
- ▶ Existiert eine spürbare Dynamik, externen und internen Kunden hohe Nutzenpotenziale stiften zu wollen?
- ▶ Was ist zu tun, um die Kundenorientierung nachhaltig zu steigern?

Marketingstrategie

Je besser die Marktanalyse, desto treffsicherer die Marketingstrategie.

- ▶ Vision, Unternehmens- und Geschäftsstrategie als Vorgabe für die Marketingstrategie
- ▶ Corporate Identity, Business Mission, Imagestrategie und Markenkonzept
- ▶ Dank richtiger strategischer Positionierung den Markterfolg vorspuren
- ▶ Soll-Marktposition mit quantitativen Zielen
- ▶ Von Marktsegmentierung zum Target-Marketing
- ▶ Neue Marketingansätze
- ▶ Innovationsmanagement

Marketingkonzept

Basierend auf der Marketingstrategie werden, pro Geschäft, die grundlegenden Weichenstellungen bezüglich Produktpolitik, Markt- und Preispolitik vorgenommen.

- ▶ Produktkonzept, Leistungsdifferenzierung, Sortimentskonzept, Produktlinienstrategie
- ▶ Servicekonzepte und Dienstleistungspolitik
- ▶ Zielgruppengerechtes Feintuning
- ▶ Marktsegmentspezifische Marketingüberlegungen
- ▶ Markt-, Länder- und Filialstrategien
- ▶ Konzepte für den Markteintritt und den Aufbau neuer Geschäfte
- ▶ Preisstrategien und preispolitische Spielräume

Marktbearbeitung

Ungenutzte Potenziale und Möglichkeiten für rentables Wachstum liegen oft in einer konsequenten Marktbearbei-

tung. Wie kann sichergestellt werden, dass die Potenziale der bestehenden Kunden richtig genutzt werden? Wie soll die Akquisition von Neukunden und Neugeschäft funktionieren?

- ▶ Die Marktbearbeitung aktivieren
- ▶ Die Umsatz- und Ertragspotenziale bestehender Kunden besser nutzen
- ▶ Neue Märkte und neue Kundensegmente erschliessen
- ▶ Rentables Wachstum durch «Customer-Value-Konzepte»
- ▶ Potenziale des Online Marketing nutzen
- ▶ Kundennähe mittels digitaler Netzwerke aufbauen und stärken

Vermarktungskonzept

Die Nagelprobe für Marketingstrategie und Marketingkonzept ist der Erfolg in der Vermarktung.

- ▶ Kommunikation als Wegbereiterin zum Erfolg
- ▶ Verkaufskonzepte und Verkaufserfolg
- ▶ Sales promotion, Verkaufsunterstützung

Führungsaufgaben im Marketing

Marketingstrategien und -konzepte müssen in einer Marketingplanung verdichtet und konkretisiert und im Rahmen der Budgetierung quantifiziert werden. Das Marketing-Controlling steuert Zielerreichung, aber auch die Wirksamkeit der einzelnen Aktionen.

- ▶ Planung, Budgetierung
- ▶ Strukturelle Einbettung des Marketing
- ▶ Marketingsysteme: MIS, MAIS, KIS
- ▶ Steuerung der Kundenzufriedenheit
- ▶ Marketing-Controlling
- ▶ Marketingkonforme Unternehmenskultur



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/41

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens07

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
71324	St. Gallen	02. - 05.09.2024
71424	Horn/St. Gallen	25. - 28.11.2024
71125	Brunnen	20. - 23.01.2025
71225	Davos	31.03. - 03.04.2025

Seminargebühr*: CHF 4500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Teilnehmerstimmen

«Eines der besten Seminare, die ich besucht habe: Praxisnah mit vielen Beispielen und gut organisiert. Ich werde sicherlich vieles davon in die Praxis umsetzen. Ein Puzzle an Informationen wurde zu einem fertigen Marketing Management Bild! Danke!»

«Hervorragende Seminarorganisation. Qualität der Inhalte und der Referenten sind kaum zu toppen! Für jeden Teilnehmer ist für die praktische Umsetzung mehr als genug dabei. Von mir gibt es hierfür die Note 1! Ich komme bestimmt wieder.»

«Sehr gute Inhalte, interessante Teilnehmerstruktur – entsprach genau meinen Erwartungen. Zusammenfassend handelt es sich hier um ein Top-Seminar!»

«Mir hat der marketingübergreifende Ansatz sehr gut gefallen, der nicht nur Marketingtools vermittelt hat, sondern die Rolle des Marketings in der Unternehmensführung in den Mittelpunkt gestellt hat. Die vielen Beispiele aus der Praxis haben den Bogen zum Unternehmensalltag gespannt, der durch die Diskussion mit den Teilnehmern aus unterschiedlichen Branchen und Funktionen abgerundet wurde.»

«Dieses Marketing-Seminar war exzellent! Es war eines der besten Beiträge, die ich beim SGMI geniessen durfte. Durch seine Praxisnähe und Internationalität war dieses Seminar sehr lehrreich und umsetzungsnah.»

«Praxisnah, kurzweilig, kompetent. Die Tage vergehen wie im Flug. Angenehme Atmosphäre mit interessantem Austausch zwischen den Teilnehmenden.»

Administration und Organisation

Information und Beratung

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zu den einzelnen Seminaren, Lehrgängen, Diplomen oder für die telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Anmeldung

Bitte füllen Sie beiliegende Anmeldekarte aus, und senden Sie diese an uns.

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

E-Mail seminare@sgmi.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- ▶ die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- ▶ Informationen zu Ablauf, Hotel und Anreise
- ▶ das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung

Sollte das Seminar bereits ausgebucht oder eine Zulassung zu einem Diplom nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referentenumstellungen bleiben vorbehalten.

Seminargebühr, Diplomgebühr, Euro

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen. In der Diplomgebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomteil (alle Seminar- und Diplomgebühren zzgl. 8.1% MWST). Nicht enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung und Verpflegung, die vom Teilnehmer direkt dem Hotel zu bezahlen sind. Mehrteilige Seminare können nur als Ganzes gebucht werden. Versäumte Seminartage oder Seminarteile können nicht nachgeholt werden.

den. Die Seminar-, Diplomgebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

Umbuchung, Stornierung

Umbuchungen von einer Seminar- oder Diplomdurchführung 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.

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

Hotel

Unsere Seminarhotels bieten unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen an. Die Zimmerreservation übernimmt das SGMI Management Institut St. Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an seminare@sgmi.ch zu senden. Das Hotel stellt jedem Teilnehmer individuell Rechnung, die Bezahlung der Rechnung erfolgt durch den Teilnehmer direkt beim Auschecken am letzten Seminartag. Die vollständigen «Allgemeinen Geschäftsbedingungen» können im Internet unter www.sgmi.ch/agb entnommen werden.

Anreise zum Seminarort

Angaben zu Hotel und Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

Anmeldekarten

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung. Bitte senden Sie uns den Anmeldealon per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut

St. Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

Internet www.sgmi.ch

E-Mail seminare@sgmi.ch

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum Name Vorname

Firma

Adresse/PLZ/Ort



Telefon

E-Mail

Branche

Funktion

Datum

Unterschrift