

# ST. GALLER LEHRGANG STRATEGISCHES MARKETING

Das 2-teilige Programm richtet sich an Geschäftsführer, Leiter/innen von Geschäftsbereichen und Business Units sowie Executives mit Ergebnisverantwortung. Es eignet sich hervorragend für Führungskräfte und Spezialisten aus kunden- und marktnahen Bereichen: Marketing, Vertrieb, Verkauf, Produktentwicklung und Produktmanagement, Innovation, Marketingcontrolling.

## KONZEPT

Dieses Programm beginnt dort, wo über Erfolg oder Misserfolg entschieden wird: Bei Ihren Kunden. Am Markt. Am Verkaufspunkt. In der konkreten Kaufentscheidungssituation. Von dort arbeiten die Dozenten sich Schritt für Schritt in die «Höhen des Marketings und Vertriebs» bis schliesslich hinauf zu jenen Entscheidungen, mit denen Sie als Executive Manager zu tun haben: Der strategischen Markenführung.

Viel zu viele Marketing Programme beginnen mit dem Thema Forschung, Innovation, Sortiment oder Preis. Effektives Marketing beginnt jedoch immer beim Kunden. So mit der Frage, wer unser Kunde ist; mit der Erkenntnis, dass es mehr als nur einen Kundentypus gibt. Mit der Datenbasis über seine wirklichen Bedürfnisse, seine wahren Motive, seine ungelösten Probleme. Aber auch mit der Frage, was es dem Kunden wert wäre, ein wirklich bedürfnisgerechtes Leistungsangebot zu erhalten.

Alles andere ist pure Technik: Mit Instrumenten, Tools, Best Practices und Fallbeispielen zu gutem und richtigem Marketing- und Vertriebsmanagement, zu wirkungsvoller Markenführung. Vorgetragen von Dozenten, die zu den erfahrensten und besten auf diesem Gebiet gehören. Diskutiert und auf eigene Praxisthemen angewandt, um einen möglichst hohen Nutzen aus diesem Lehrgang zu ziehen.

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Teil 1: Marketing und Vertriebsmanagement

#### Wirkliche Kundennähe

- > Der Marktfokus
- > Megatrends und wirklich relevante Trends
- > Den Kunden kennen und verstehen
- > Das Kundenportfolio

#### Wertorientiertes Marketing

- > Kundennutzen suchen und finden
- > Der Wert des gefundenen Kundennutzens
- > Kundenwertmanagement

#### Konsument oder Kunde?

- > Gesetzmässigkeiten des Business to Consumer Managements
- > Prinzipien im Business to Business Management
- > Ziele, Aufgaben und Rollen des strategischen Marketings

#### Das strategische Marketingkonzept

- > Was Executives über Marketing wissen müssen
- > Bausteine, Inhalte, zentrale Themen
- > Welche Entscheidungen zum strategischen Marketing zu treffen sind
- > Der Umgang mit neuen Medien und Online Marketing

#### Marketingpläne bewerten

- > Businessplan und Marketingplan
- > Optimierung des Marketing-Mix
- > Return on Marketing Investment

**Vertriebssteuerung**

- > Vom Marketing- zum Vertriebsplan
- > Vereinbarung von Vertriebszielen
- > Wahl und Optimierung von Vertriebskanälen
- > Multi Channel Management
- > Key Account Management
- > Planung und Steuerung des Vertriebs

**Marketing- und Vertriebscontrolling**

- > Anforderungen und Aufgaben
- > Führen und Steuern mit der Marketing- und Vertriebs-Balanced Scorecard

**Teil 2: Strategische Markenführung****Die Rahmenbedingungen der strategischen Markenführung**

- > Leistungen werden austauschbar
- > Konsumenten verändern ihre Werte
- > Märkte sind gesättigt
- > Wachstum in Emerging Markets
- > Die Kommunikationseffizienz sinkt
- > Die Handels- oder Absatzpartnermacht steigt

**Die Markenarchitektur**

- > Die Beziehung zwischen Marke und Leistung
- > Die Dachmarke als Marke des Unternehmens
- > Einzelmarken für klar definierte Segmente
- > Die Mehrmarkenstrategie
- > Markenfamilien: die starke Wachstumsstrategie

**Marken-Portfolio**

- > Der Aufbau des Marken-Portfolios
- > Bewusste Steuerung des Marken-Portfolios
- > «Markensalat» aufgrund von Firmenübernahmen
- > Sinnvolle Portfolioveränderungen

**Strategische Markenführung**

- > Nachhaltige Verankerung dank klaren Geschäftsstrategien
- > Differenzierung, Glaubhaftigkeit, Relevanz für die Zielgruppe
- > Die Positionierung von Marken
- > Markenidentität und Markenimage

**Das Markenprogramm**

- > Die Marke erlebbar machen
- > Corporate Design
- > Corporate Communications
- > Corporate Behaviour

**Das Markenmonitoring**

- > Neuevaluation des Marken-Portfolios aufgrund strategischer Veränderungen
- > Benötigte Daten zur Steuerung
- > Zentrale Weichenstellungen des Executive-Managements bei Abweichungen

**CORPORATE PROGRAMS & CONSULTING**

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail [inhouse@sgmi.ch](mailto:inhouse@sgmi.ch)

**SEMINARDATEN** (1 x 4 Tage + 1 x 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
SM3614	1. Teil	Eich	22.–25. Januar 2024
	2. Teil	Wildhaus	24.–26. April 2024
SM3624	1. Teil	Hallwilersee	08.–11. April 2024
	2. Teil	Wildhaus	24.–26. April 2024
SM3634	1. Teil	St. Gallen	02.–05. September 2024
	2. Teil	Wildhaus	27.–29. November 2024

**Seminargebühr\***: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Anmeldung via Internet: [www.sgmi.ch/sma36](http://www.sgmi.ch/sma36)

\*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

# ADMINISTRATION UND ORGANISATION

## INFORMATION UND BERATUNG

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

Telefon +41 (0)71 223 50 30  
Telefax +41 (0)71 223 50 32

## ANMELDUNG

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

SGMI Management Institut St.Gallen  
Bogenstrasse 7  
CH-9000 St.Gallen  
Telefax +41 (0)71 223 50 32  
Internet [www.sgmi.ch](http://www.sgmi.ch)  
E-Mail [seminare@sgmi.ch](mailto: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 Certificate nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referenten-umstellungen bleiben vorbehalten.

## SEMINARGEBÜHR, DIPLOMGEBÜHR, EURO

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen (alle Seminar- und Certificate-Gebühren zzgl. 8.1% MWST). In der Certificategebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomeil. 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. Die Seminar-, Certificategebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

## UMBUCHUNG, STORNIERUNG

Umbuchungen von einer Seminar- oder Certificatedurchführung 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. Certificategebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Certificategebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werkstage 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 SGMI, Bogenstrasse 7, CH-9000 St.Gallen, 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](http://www.sgmi.ch/agb) entnommen werden.

## ANREISE ZUM SEMINARORT

Angaben zu Hotel und Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

# ANMELDEKARTEN

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.  
Bitte senden Sie uns den Anmeldebogen 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](http://www.sgmi.ch)  
E-Mail [seminare@sgmi.ch](mailto:seminare@sgmi.ch)

Bitte rufen Sie mich an. Ich interessiere mich für:

- Seminare, Programme
- Master, Diplome, Zertifikate
- Management Development
- Management Consulting
- SGMI Alumni

Name  Vorname

Firma

Funktion

SGC 24

Telefon  E-Mail

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24