

Marketing Management

Aktuelles Marketing-Know-how, Tools und neue
Entwicklungen

Lehrgangsführer:
Prof. Dr. Marco Schmah
European School of Business (ESB)



- Strategisches Marketing und Marketing-Planung
- Der vorteilsorientierte Vertrieb
- Effizientes Customer Relationship Management (CRM) in der Praxis
- Strategien und Trends im Marketing- und Vertriebscontrolling
- Wachstum durch Innovation
- Aktuelle Instrumente des Direktmarketings
- Chancen des Online-Marketings aktiv nutzen
- Erfolgreiche Pricing-Strategien
- Innovative Markenführung

09. bis 13. Juni 2008 in Wiesbaden

1. Tag Strategisches Marketing und Planung

Empfang, Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen ab 9.00 Uhr

9.30 Uhr Begrüßung durch das Forum für Führungskräfte

Grundlagen des strategischen Marketings

- Analyse von Kunden und Märkten
- Strategische Optionen und Positionierung

Erstellen des Marketingplans

- Von der Strategie zum Marketingplan
- Systematische Marktforschung als Grundlage des Marketingplans (Praxisfall)
- Aufbau und Inhalte des Marketingplans
- SWOT-Analyse/Wettbewerbsanalyse
- Durchsetzung des Marketingplans mit der Marketing-Scorecard

Problemstellung: Homogene Produkte und gesättigte Märkte

Praxisbeispiel: Erstellung eines Marketingplans auf Basis einer Praxis-Fallstudie

Marketing Management

- Langfristig Wettbewerbsvorteile erzeugen
- Marketing-Mix – Praxis und Trends
- Aktuelle Kommunikationskampagnen

17.30 Uhr Ende des ersten Lehrgangstages

2. Tag Effizientes CRM in der Praxis

- 8.45 Uhr
- Customer Relationship Management
 - Ziele, Aufgaben, Anforderungen
 - Effektive Maßnahmen
 - Kundenwertstrategien richtig einsetzen
 - Kundensegmentierung in der Praxis
 - Kundenportfolioanalyse
 - Kundenwertorientiertes Marketing
 - Recency-Frequency-Monetary Value (RFM)-Methode
 - CRM als Marketing-Erfolgsfaktor implementieren

Exkurs

Der vorteilsorientierte Vertrieb

- Der Value Based Selling Prozess
- Preissetzung nach Kundenvorteil
- Value Based Selling Champions – Praxisbeispiele
- Formulierung der Value Proposition

17.30 Uhr Ende des zweiten Lehrgangstages

3. Tag Visionen, Strategien und Trends im Marketing- und Vertriebscontrolling

8.45 Uhr **Aktuelle Methoden und Systeme im Marketing- und Vertriebscontrolling**

- Anforderungen an ein effektives Marketing- und Vertriebscontrolling
- Datenfluss und Informationsbereitstellung
- Aktuelle Controlling-Tools als Führungsinstrument nutzen
- Marketing- und Vertriebscontrolling in der modernen Praxis
- Wie effizient ist meine Marketing- und Vertriebsorganisation?

- Strategisches Marketing- und Vertriebscontrolling
- Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument nutzen
- Operatives Marketing- und Vertriebscontrolling
- Top-Kennzahlen für die Beurteilung der Marketing- und Vertriebsperformance
- Planung und Budgetierung in der Praxis
- Wettbewerbsanalyse
- Controlling des Marketing-Mixes
- Kunden-Profitabilitätsberechnungen im Vertriebscontrolling
- Wertetreiber und Wertevernichter
- Frühwarnsysteme in Marketing und Vertrieb implementieren

Exkurs

Wachstum durch Innovation

- Innovationen mit kreativen Ideenfindungsmodellen
 - Brainstorming, Methode 635, SIL-Methode, Morphologischer Kasten, Bionik
- Best Practice

16.30 Uhr Ende des dritten Lehrgangstages

4. Tag Instrumente des Direktmarketings

8.45 Uhr **Marktzahlen und Kennzahlen-Entwicklungen im Dialog- und Direktmarketing**

Aktuelles und Grundlagen über:

- Die Dialogmethode
- Das richtige Medium (15 Kanäle) und seine Einsatzzwecke
- Ein erfolgreiches Mailing
- Einen guten Brief – 15 wichtige Tipps
- Entwicklung eines Angebots (inkl. Praxisaufgabe)
- Gute Multi-Channel-Kommunikation

Erfolgsfaktoren im Direktmarketing (anhand von Praxisbeispielen)

- Zielgruppe, Angebot, Termin und kreative Umsetzung

Neue Trends und Möglichkeiten im Dialog- und Direktmarketing

- Multi-Channel-Dialog, Events/Messen, Web 2.0, DRTV, Communities, IPTV, Mobile-Marketing etc.

13.45 Uhr **Chancen des Online-Marketings aktiv nutzen**

- Verändertes Mediennutzungsverhalten und Grundlagen des Online-Marketings
- Online-Tools für Aufbau und Bindung von Kunden implementieren
 - Suchmaschinen-Marketing, Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Virales Marketing
 - Mobile-Marketing: Chancen und Grenzen?
- Online-Marketing strategisch einsetzen
 - Zieldefinition
 - Strategische Planung der Online-Aktivitäten
- Branding im Internet
- Aus aktuellen technologischen Trends und Werbeformen lernen
- Integrierte Kommunikation und Multichannel
- Erfolgsfaktoren und Erfolgsmessung

17.30 Uhr Ende des vierten Lehrgangstages



5. Tag Erfolgreiches Pricing

- 8.45 Uhr
- Gewinnmaximierung durch effiziente Preisstrategien
 - Systematik von Preisdifferenzierungsstrategien
 - Aktuelle Methoden der Preisoptimierung
 - Innovative Preismodelle
 - Low-Cost-Management und Discount-Pricing in der Praxis
 - Preisgestaltung als Instrument zur Kundenbindung
 - (Re-)Organisation von Pricing-Prozessen
 - Beliebte Pricing Fallen
 - Preiserhöhungen erfolgreich durchsetzen
 - Praxisbeispiel: Preisbildung und Ermittlung der Preiselastizität

Innovative Markenführung

- Grundlagen innovativer Markenführung: „Setting the base for success“
- Markenstrategien: Wie führe ich meine Marke zu (neuen) Erfolgen?
- Neue Markenideen entwickeln
- Von Markenelementen zu Markensignalen
- Markenrecht aktuell
- Namensfindung in der Praxis
- Markentransfer und Markenkonsolidierung
- Den Markenwert aktiv messen
- Markencontrolling: Das Erreichte sichern und ausbauen
- Den Mitarbeiter als Markenbotschafter gewinnen
- Praxisbeispiel: Rebranding

Test zur Erlangung des Zertifikats (freiwillig)

16.30 Uhr Ende des Lehrgangs und Verabschiedung

Ihre Referenten

Prof. Dr. Marco Schmäh (Lehrgangsgleiter, Referent 1. und 2. Tag)
Lehrstuhlinhaber für Marketing und eCom-
merce an der European School of Business
(ESB) Reutlingen. Nach dem Studium des Wirt-
schaftsingenieurwesens an der TU Karlsruhe
folgte eine Promotion zum Thema Dienstlei-
stungen im Business-to-Business-Marketing an
der FU Berlin. Von 1998–2001 war Prof. Dr.
Schmäh bei einem internationalen Großkon-
zern und Weltmarktführer aus der Elektronikindustrie zuerst
als Marketing Manager, anschließend als Account Manager im
Vertrieb tätig. Seit 1996 ist er als Dozent für Marketing und als
Unternehmensberater tätig.



Ronald Heckl (3. Tag)

Seit 1985 ist Herr Heckl Inhaber der Unterneh-
mensberatung HCH Heckl Consulting Hamburg.
Seine Schwerpunkte liegen in der Marketing-
und Vertriebsanalyse, Marktausrichtung, Markt-
trends und Controlling. Außerdem fungiert
Herr Heckl als Dozent an verschiedenen Akade-
mien in den Bereichen Marketing und Vertrieb.



Georg Blum (4. Tag)

Herr Blum ist Inhaber bzw. Geschäftsführer der
auf Kundenbeziehungsmanagement und Multi-
Channel-Dialogmarketing spezialisierten Unter-
nehmensberatung CommunDia GmbH mit Sitz
in Ebersbach/Fils. Er ist Vorsitzender des Councils
CRM sowie Vorstandsmitglied im Deutschen
Direktmarketing Verband e.V. Herr Blum ist seit
2006 Dozent an der Deutschen Dialogmarke-
ting Akademie und über 8 Jahre Redner.



Boris Lakowski (4. Tag)

ist Geschäftsführer der Agentur Scholz & Volk-
mer und betreut die Bereiche Public Relations,
Human Resources und New Business. Herr
Lakowski studierte Medienwirtschaft und war
drei Jahre lang Account Manager und Unitlei-
ter bei Scholz & Volkmer. Seit August 2006 lei-
tet er den Bereich 'Strategische Beratung' inner-
halb der Agentur. Ferner unterrichtet Boris
Lakowski seit fünf Jahren an Hochschulen.



Dipl.-Kfm. Karsten Kilian (5. Tag)

Herr Kilian arbeitete mehrere Jahre als Consul-
tant bei Simon-Kucher & Partners in den Berei-
chen Pricing und Markenführung. Seit 2003
forscht er als externer wissenschaftlicher Mit-
arbeiter an der Universität St. Gallen und lehrt
als Dozent an mehreren Hochschulen im In- und
Ausland. Mit Markenlexikon.com hat Herr Kili-
an das größte Markenportal im deutschsprachi-
gen Raum aufgebaut.



Methodik und Zertifikat

Anhand vieler Beispiele werden die Inhalte praxisnah vermit-
telt. Am Ende des fünften Tages besteht die Möglichkeit, zu
den behandelten Themen einen Test abzulegen. Die Teilnah-
me an diesem Test ist freiwillig, um das Zertifikat zu erlangen.
Bei Nicht-Teilnahme am Test erhalten Sie eine Teilnahme-
Bescheinigung.

Ziele des Lehrgangs

Führungskräfte von heute müssen offen sein für neue Sichtwei-
sen und aktuelle Trends. Denn: Herkömmliches kann schnell ver-
alten! Der Zertifikatslehrgang informiert Führungskräfte und
Mitarbeiter/-innen in Stabsfunktionen der Bereiche Marketing
und Vertrieb über aktuelles Marketing-Know-how, Tools und
neue Entwicklungen.

Folgende Vorteile bietet der Besuch des Zertifikatslehrgangs:

- Sie bekommen einen kompetenten Überblick über
aktuelle Marketing-Methoden.
- Neueste Erkenntnisse zum Thema Strategiefindung
und -umsetzung werden praxisnah vermittelt.
- Ausgewiesene Experten aus Lehre und Praxis geben
ihr Wissen an Sie weiter.
- Sie erhalten umsetzbare Handlungsempfehlungen
für sich und Ihren Verantwortungsbereich.
- Marketing-Trends von morgen werden praxisnah
vermittelt.

Zielgruppen

- Geschäftsführung/Vorstand
- Bereichsleitung Marketing und Vertrieb
- Führungskräfte in Marketing und Vertrieb, u.a.:
– Marketingmanager/-innen
– Produktmanager/-innen
- Strategische Entscheidungsträger/-innen

Anmeldeformular

Bitte kopieren, ausfüllen und faxen!

Fax-Nr.: 06 11/2 36 00 60

Ja, ich melde mich an:

5-Tage Zertifikatslehrgang: **Marketing Management**

vom 09. bis 13. Juni 2008 in Wiesbaden

Seminar-Code: 08MV-M.1Wi/IS

Veranstaltungsort:

Radisson SAS Schwarzer Bock Hotel

Kranzplatz 12

65183 Wiesbaden

Telefon: 0611-155-0

1. Name/Vorname

Funktion/Position

E-Mail

2. Name/Vorname

Funktion/Position

E-Mail

Firma

Abteilung

Mitarbeiterzahl: 51-100 201-500 1001-5000
 1-50 101-200 501-1000 über 5000

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Telefon/Telefax

Datum

Unterschrift

Rechnung bitte an:

Abteilung, Name

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Teilnahmebedingungen

So melden Sie sich an



per Telefax: 06 11/2 36 00 60

Sollten Sie nebenstehendes Anmeldeformular nicht benutzen, bitte Seminar-Code angeben



per Post: ZWB Forum für Führungskräfte GmbH
Frau Emilie Drazewski
Friedrichstraße 16-18
65185 Wiesbaden



Bei Anmeldung bitte Seminar-Code mit angeben!

per E-Mail: anmeldung@fff-online.com

Bei Anmeldung bitte Seminar-Code mit angeben!

Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr für den Zertifikatslehrgang beträgt € 2.795,- zzgl. Mehrwertsteuer. In der Gebühr sind Tagungsgetränke, Pausenkaffee, Mittagessen, Get-Together am zweiten Abend sowie eine Dokumentation enthalten. Bei Teilnahme von mehreren Mitarbeitern desselben Unternehmens gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer einen Preisnachlass von 15 % für diesen und jeden weiteren Teilnehmer.

Rücktrittsgarantie

Bei Stornierung der Anmeldung bis 14 Tage vor dem Seminartermin erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 60,- zzgl. Mehrwertsteuer. Danach bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers wird die Teilnahmegebühr berechnet. Eine Vertretung des gemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich.

Programmänderungen bleiben vorbehalten.

Zimmerreservierung

Für Teilnehmer an diesem Seminar steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu Sonderkonditionen zur Verfügung. Setzen Sie sich bitte direkt mit dem Hotel unter Berufung auf die **ZWB Forum für Führungskräfte GmbH** in Verbindung.

Wir über uns

Die ZWB Forum für Führungskräfte GmbH ist spezialisiert auf die Konzeption und Durchführung praxisbezogener Konferenzen, Fachtagungen und Seminare. Erfahrene Referenten aus Wirtschaft, Handel und Wissenschaft, hochaktuelle Themen sowie eine reibungslose Organisation gewährleisten eine anspruchsvolle Weiterbildung.

Datenschutz

Ihre Daten werden für die interne Weiterverarbeitung und eigene Werbezwecke von uns unter strikter Einhaltung der Vorschriften des Datenschutzes gespeichert. Mit Nennung von Telefon-/Faxnummer und E-Mail-Adresse geben Sie Ihre Einwilligung, dass wir Sie auch über diese Wege über unser Angebot informieren. Wir geben von Zeit zu Zeit Adressen an verbundene Seminar-Unternehmen weiter, deren Angebot für Sie interessant sein könnte. Wenn Sie mit der beschriebenen Verwendung Ihrer Daten nicht einverstanden sind, teilen Sie uns dies bitte z.B. per E-Mail an datenschutz@fff-online.com mit oder streichen Sie den entsprechenden Satzteil.

