



Markterfolg in
dynamischen Zeiten

DAS 1x1 DES MARKETING

2 TAGE

Globalisierungszwänge, stagnierende Märkte, neue Wettbewerber, digitale Medien und soziale Netzwerke erfordern heute andere Marketingstrategien als noch vor einigen Jahren. Im Kern geht es darum, das Unternehmen konsequent und strategiegeleitet auf den Kunden auszurichten, um ungenutzte Potenziale auszuschöpfen und bestehende Kompetenzen in rentable Marktpositionen umzuwandeln.

Dieses Seminar vermittelt modernes Marketing-Wissen und zeigt, wie man Unternehmen auch in unsicheren Zeiten erfolgreich positioniert, relevante Kundengruppen anspricht, Erwartungen von Kunden übertrifft, nachhaltige Kundenbeziehungen aufbaut und so im Wettbewerb erfolgreich besteht.

SEMINARTERMINE

- 06.04.2021 - 07.04.2021 **Wien**
(MMA2101)
- 14.06.2021 - 15.06.2021 **Wien**
(MMA2102)
- 27.10.2021 - 28.10.2021 **Wien**
(MMA2103)
- 20.12.2021 - 21.12.2021 **Wien**
(MMA2104)

SEMINARDAUER

2 Tage

SEMINARGEBÜHR

Euro 1.480,- zzgl. 20% USt.
(inkl. Mittagsverpflegung)

UHRZEIT

jeweils von 10:00 - 16:00 Uhr
(Die Seminarzeiten erlauben eine optimale Verbindung von Weiterbildung und Beruf. Gleichzeitig ist das didaktische Konzept so aufgebaut, dass ein effektiver Wissenstransfer gewährleistet ist.)

VERANSTALTUNGSORT

Management Exzellenz, 1010 Wien

Marketing als Erfolgsfaktor

- Erfolgsfaktoren und Trends des modernen Marketing
- Konsequente Orientierung am Kundennutzen als Voraussetzung für High Performance
- Entwicklungen im B2C- und B2B-Marketing
- Bestandteile eines zeitgemäßen Marketingkonzepts

Marktanalysen und New Business Development

- Instrumente zur Markt- und Kundenanalyse
- Erkennen von Wettbewerbsmustern und Ableiten von Reaktionsprofilen
- Identifikation von Innovations- und Wachstumspotenzialen
- New Business Portfolio

Kundensegmentierung

- Segmentierung als Erfolgsgrundlage
- Psychografische Segmentierung
- Customer Lifetime Value

Marketingstrategien, Positionierung und Alleinstellung

- Kundenerwartungen übertreffen und Begeisterung erzeugen
- Effektive Positionierungsstrategien zur Abgrenzung vom Wettbewerb
- Differenzierung als Alternative zum Preiswettbewerb: Die Unique Selling Proposition (USP)
- Entwicklung erfolgreicher Produkt- und Servicestrategien

Marktbearbeitung und Marketing-Mix

- Integrierte Marketing-Kommunikation als zentraler Erfolgsfaktor
- Kommunikation durch Codes: Sensorik, Sprache, Stories, Symbole
- Information Overload: Wie Sie die Aufmerksamkeit der Kunden gewinnen