

Themenumfeld:

**Marketing, Kommunikation, Werbung, Verkauf / Vertrieb, Marketing-Trends,
Marketing-Planung, Marketing-Strategie, Marketing-Mix, Marketing-Maßnahmen**

Tagesseminar

*Eine spannende und kurzweilige Einführung in die Welt des modernen Marketing –
auch als Wissensauffrischung für Fachleute geeignet!*

Marketing - Basiswissen kompakt

Die wichtigsten neuen Ansätze, Methoden, Instrumente und Maßnahmen im Überblick!

Zielgruppe

Alle Interessierten, **Marketing-Nicht-Fachleute und Marketing-Fachleute, Marketing-Einsteiger und „alte Hasen“ im Marketing**, die sich mehr mit dem so wichtigen Thema „Marketing“ beschäftigen wollen, die entweder gar keine, keine aktuellen oder nur oberflächliche Marketing-Kenntnisse haben oder die ihr Marketing-Wissen einfach nur auffrischen wollen.

Fach- und Führungskräfte, Unternehmer/innen, Freiberufler, Selbständige

Das Seminar eignet sich auch hervorragend für **fachfremde Positionen und Funktionen** wie zum Beispiel Fachkräfte in der IT, im Rechnungswesen, im Controlling, in der Technik und in der Entwicklung.

Es werden **keine Marketing-Vorkenntnisse** vorausgesetzt.

Veranstaltungsdauer / Ablauf

- 1 Tag
- 09:00 Uhr - 17:00 Uhr
- inklusive 1 Mittagspause (ca. 45 Minuten)
- inklusive 2 Kaffeepausen am Vor- und Nachmittag (jeweils ca. 20 Minuten)

Ziele / Nutzen

In diesem Seminar erhalten die Teilnehmer/innen einen kompakten und leicht verständlichen Einblick in die Welt des modernen Marketings.

Sie lernen die wichtigsten neuen Marketing-Ansätze, die erfolgversprechendsten Marketing-Methoden in Zeiten der Automatisierung und der Digitalisierung, sowie die wirksamsten Marketing-Instrumente für bewegte Märkte und unkalkulierbare Zielgruppen kennen.

Die Teilnehmer/innen erkennen die Notwendigkeit, aus der Marktperspektive zu denken und verstehen auf diese Weise wie das Kundenverhalten die Geschäftsprozesse formt.

Theorie und Praxis des Marketings kennen viele Fachbegriffe, Anglizismen und Schlagwörter. Die für die berufliche Praxis der Teilnehmer/innen bedeutendsten Marketing-Fachwörter werden im Seminar anschaulich und für jede/-n Teilnehmer/in verständlich erläutert.

Dieses Seminar vermittelt den Teilnehmern/-innen alle heute relevanten neuen Ansätze, Methoden, Instrumente und Maßnahmen des Marketing im Überblick!

Mehrwert für die Teilnehmer/innen

Alle Teilnehmer/innen erhalten zusätzlich zu einem **PDF-Dokument mit den Präsentationsfolien** des Referenten und zum **Teilnahme-Zertifikat** ein **Volltext-Skriptum** und eine Auswahl ergänzender **Fachartikel, Whitepaper, Checklisten und Übersichten** zum Thema „Marketing“ – zum Teil als digitale Dokumente und zum Teil als Print-Broschüren oder Arbeitspapiere.

Während des eintägigen Seminars besteht für alle Teilnehmer/-innen die Option, einen freiwilligen „Live-Online-Marketing-Check“ Ihrer Internet- und Social Media-Präsenzen durchführen zu lassen. Dieser öffnet Ihnen die Augen für die umfassende Welt des Web-Marketings und für die damit verbundenen hohen Anforderungen und Mechanismen des Online-Auftritts eines Unternehmens.

Außerdem besteht für alle Teilnehmer/innen die Möglichkeit, Marketing-Herausforderungen und Marketing-Probleme aus dem eigenen Unternehmensalltag zu skizzieren und gemeinsam mit dem Trainer und den Kollegen/innen zu einem Lösungsansatz zu führen.

Programm

Marketing ist in der heutigen Geschäftswelt überlebensnotwendig geworden. Jedes Unternehmen, ob groß oder klein, muss sich mit Marketing auseinandersetzen. Sogar Non-Profit Organisationen wie Vereine oder Kirchen müssen heute professionelles Marketing betreiben. Jeder Student, dessen Studienfach auch nur am Rande wirtschaftlichen Bezug hat, wird mit Marketing konfrontiert.

Nur wer die Kräfte und Mechanismen des Marketings versteht und praktisch anzuwenden weiß, kann zielgerichtet potentielle Interessent/innen ansprechen, neue Kund/innen gewinnen und aus Kund/innen profitable Stammkund/innen (und damit Geschäft und Umsatz) machen.

Marketing ist entgegen der vorherrschenden Meinung in der Bevölkerung viel mehr als nur Werbung!

Typische Fragen des Marketings heißen:

- Auf welchen **Märkten** soll das Unternehmen unterwegs sein?
- Welche **Produkte, Dienste, Services und Leistungen** sollen angeboten werden? Und welches **Angebot** möchte das Unternehmen daraus machen?
- Zu welchem **Preis**?
- Für welche **Zielgruppe**?
- In welcher **Form**? Wie soll die Zielgruppe darauf aufmerksam gemacht werden?
- Über welche **Vertriebskanäle**?

Diese und viele weitere Fragen behandelt das Seminar „Marketing – Basiswissen kompakt“. Schritt für Schritt werden alle relevanten Themen des Marketings leicht verständlich für den Teilnehmer/innen-Kreis aufbereitet.

Viele **Praxisbeispiele in Wort, Bild und Ton** erleichtern das Verständnis.

Auszug aus dem Inhalt

Behandelt werden alle relevanten Facetten des Marketings: Die Teilnehmer/-innen erhalten einen Überblick über aktuelle und bewährte Ansätze und Konzepte, Methoden und Instrumente des Marketing, und lernen, diese in Zukunft praxisorientiert anzuwenden. Nach dem Erlernen von Grundlagen und der Definition von wichtigen Begriffen wird den Teilnehmern/innen erläutert, wie Käuferverhalten analysiert und durch gezielte Marketingmaßnahmen gesteuert werden kann. Die Teilnehmer/innen erfahren, wie man ein Unternehmen positioniert und eine Marke etabliert, welche Mittel dazu eingesetzt werden müssen und letztlich auch, wie man seinen Kunden sein Unternehmen und seine Produkte attraktiv präsentiert.

- **Grundbegriffe des Marketing** (z.B. Positionierung, Kundenorientierung, Marketing-Mix, Segmentierung, Zielgruppe, Kundenwert, Marke, Corporate Identity, Marktforschung, PR, P.O.S. Point Of Sale, Logo, u.v.m.)
- **Strategisches Marketing / Operatives Marketing**
- **Positionierung** – die unverwechselbare Position im Kopf der Kund/innen
- **Kundenzentrierung, Kundenbeziehungsmanagement (CRM), Kundenerlebnismanagement (CXM)**
- Die **Reise des Kunden**: Von der Attraktivität der Marke / des Produkts und dem Interesse des potentiellen Käufers, über die Zuwendung des Interessenten und die Kontaktaufnahme zum Anbieter, zur Kaufentscheidung und zur Inanspruchnahme von Leistungen des Unternehmens, bis zum Erleben von Kundenkommunikation, Service, Kundendienst, Reklamationsmanagement und ggf. Kundenrückgewinnungsversuchen
- Der **Marketing-Mix**: Produkt, Preis, Kommunikation und Vertrieb / Verkauf
- **Kommunikations- und Vertriebskanäle** offline / online
- Digitale und analoge **Dialog-Medien und Kommunikations-Plattformen**
- **Qualität** als Pflicht, **Service** als Kür
- Der Wert des Kunden für den Betrieb und der Wert des Betriebs für den Kunden
- **Emotionales Marketing**: Kundenerlebnis statt Kundenkontakt, Kundenbegeisterung statt Kundenzufriedenheit
- Neue **Fachbegriffe des Marketing** (z.B. Customer Touch Point, User Experience, Big Data, Buyer Persona, Customer Journey, SEO Search Engine Optimization, R.O.I. Return Of Investment, K.P.I. Key Performance Indicator, Content Marketing, u.v.m.)
- Praktikable herkömmliche und neue **Marketing-Methoden** (Direct Marketing, Online Marketing, Guerilla Marketing, Content Marketing, Social Media Marketing, Influencer Marketing, ...)

Methodik-Didaktik

Der erfahrene Marketing-Berater und Marketing-Trainer Alexander Schell und sein Team vermitteln den Teilnehmern/innen nicht nur das notwendige **Grundlagenwissen**, sondern auch das für den individuellen Transfer des im Seminar Erlebten so wichtige **Praxis-Knowhow** aus einem Füllhorn von Erfahrungen in kleinen und großen Unternehmen und in den unterschiedlichsten Branchen.

Ein Erwachsenenbildungsprofi präsentiert die verständlich aufbereiteten Lerninhalte interessant, kurzweilig und unterhaltsam. Die Teilnehmer/innen erhalten einen erstklassigen **Einblick in alle wesentlichen Bereichen des Marketing** - aus der Praxis für die Praxis, komprimiert und auf das Wesentliche reduziert. Der jeweilige Vorkenntnisstand der Teilnehmer/innen steht während dieses Seminars stets im Mittelpunkt und der Trainer geht gezielt auf alle Fragestellungen ein.

Moderne **multimedial unterstützte Lernkommunikation** spricht mehrere Sinne der Teilnehmer/innen (Sehen, Hören, Fühlen) gleichzeitig an. Praxisbeispiele und Transferaufgaben in Wort, Bild und Ton machen einen gewichtigen Teil des Seminars aus.

Ein freiwilliger **Live-Online-Marketing-Check von Internet- und Social Media-Präsenzen** der im Seminar vertretenen Unternehmen und Organisationen ermöglicht Lernen von den Lösungsstrategien der anderen Teilnehmer/innen.

Während des eintägigen Seminars besteht für alle Teilnehmer/innen die Option, Marketing-Herausforderungen aus dem eigenen Unternehmensalltag zu skizzieren und gemeinsam mit dem Trainer und den Kollegen/innen zu einem Lösungsansatz zu führen.

Viele praktische und leicht umsetzbare **Tipps und Ideen für den Marketingalltag** vervollständigen das Weiterbildungsangebot.