

Marketing & Verkaufsprogramm

Inhouse Durchführung

Seminarnummer: INH804

Dauer: 8 Tage, nur firmenspezifisch

Ort, Termin: zu vereinbaren

Sprache: wahlweise Deutsch oder Englisch

Projektanfrage: Bitte verlangen Sie ein massgeschneidertes Angebot für ein firmenspezifisches Projekt unter: www.sgbs.ch/inh804

Beratung und Infos:

Telefon: +41 71 225 40 80

Mail: inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Verantwortliche aus Verkauf, Vertrieb, Marketing und Produktmanagement
2. Führungskräfte, die neue Wege zur Marktbearbeitung erkunden
3. Spezialisten aus marktnahen Bereichen

Konzept

Sind Sie mit Ihrem Marketing zufrieden? Anhand welcher Kriterien bewerten Sie und was könnte noch besser gemacht werden? Hat die eigene Marktbearbeitung jene Durchschlagskraft, die Sie sich wünschen? Wo liegen Ansätze für eine Steigerung? Das neue Marketing geht neue Wege. Der Kunde bleibt im Zentrum. Aber an die Qualität der Marktbearbeitung werden ganz andere Anforderungen gestellt. Alles was kommuniziert, muss verkaufen, also konkreten Markterfolg bewirken. Zunehmend auch digital. Wie dieses neue Marketing funktioniert, zeigen wir in diesem 2-teiligen Programm.

Themen

Wie gut ist unser Marketing?

- Die Qualität unserer Marktpositionen
- Die Brillanz unserer Marke
- Die Kraft der bestehenden Differenzierung
- Die Corporate Identity
- Die Bedeutung des Kundennutzens
- Die Wirkung unserer Kommunikation
- Die Nähe zu unseren Kunden
- Die Kraft unserer Marktbearbeitung

- Der Spielraum unserer Preispolitik

Wie attraktiv sind unsere Märkte?

- Vor- und Nachteile unserer Kunden-segmentierung
- Sind unsere Märkte richtig definiert?
- Kennen wir die rentablen Kunden, Geschäfte, Aufträge?
- Wo sind die Wachstumsmärkte?
- Welche Märkte stagnieren oder schrumpfen?

Wie gestalten wir unser Leistungsangebot?

- Vor- und Nachteile der bestehenden Sortiments- oder Leistungsstruktur
- Sortiment ausdehnen oder straffen?
- Mass-Customization
- Plattformstrategie: Wenig Module in immer neuer Zusammensetzung
- Wo liegt die Wertschöpfung: Im Produkt oder in den Serviceleistungen?
- Was verkaufen wir wirklich: Produkte oder Lebensgefühl?
- Was will der Kunde: Produkt oder Systemlösung?

Wo liegt der richtige Preis?

- Sind wir zu teuer oder zu billig?
- Wie finden wir die Preisobergrenze?
- Ist oder wird Preisaggressivität zum zentralen Marketinginstrument?

- Wenn ja, wie werden wir Kostenführer?

- Preisimage und Preistransparenz
- Konditionen-Politik als Anreiz?

Überzeugt unsere Kommunikation?

- Auf welchen Kanälen kommunizieren?
- Das integrierte Kommunikations-Konzept
- Werbung, Public Relations, Promotions, Internet, Social Media

Welche Vertriebskanäle?

- Wenn traditionelle Vertriebskanäle an Wirkung verlieren
- Wenn die Vertriebskanäle «verstopft» sind
- Von der Notwendigkeit, innovativ zu verkaufen
- Strategisch richtig verkaufen beginnt beim Aufbau neuer Vertriebskanäle
- Direktmarketing, E-Business
- Huckepack-Marketing, Vertriebs-Kooperationen

Ist der Verkauf unsere Stärke?

- Gute Verkäufer sind (fast) immer erfolgreich
- Erfolgreiche Verkäufer werden träge
- Mittelmässigkeit im Verkauf lässt viel Aufbauleistung verpuffen
- Das Verkaufskonzept, das aus unserem Verkauf eine Stärke macht

Inhouse-Anfrage

Planen Sie eine firmenspezifisches Seminar? Ein massgeschneidertes Management Programm? Brauchen Sie einen engagierten Partner für Management Development oder Talententwicklung? Oder geht es darum, die Kompetenz unserer Business School für einen Workshop mit Vorständen, Geschäftsführern und Executives zu nutzen? Oder unsere

Consultants dafür einzusetzen, Ihre zentrale Welt-Strategie in 100 Ländern gemeinsam mit dem lokalen Management umzusetzen: Vom 1-Tages-Workshop bis zum mehrjährigen Projekt:

Die St. Gallen Business School ist Ihr Partner für anspruchsvolle firmenspezifische Projekte. Lokal. National. Global.

Wir sind für Sie da!



Christian Abegglen
Dr. oec. HSG
Präsident des Verwaltungsrates der St. Galler Business School



Andreas Rippberger
Dipl. Betr.-Wirt.
Director Consulting
Spezialist für Strategie und Umsetzung



Markus Müllner
Dr. oec. HSG
Director Corporate Programs
Spezialist für Führung 4.0 und Strategie



Robert Neumann
ao. Univ. Prof. Dr.
Wissenschaftliche Leitung
MBA-Studiengänge der St. Galler Business School

Inhouse Anfrage

Wir sind an einer Zusammenarbeit mit der St. Gallen Business School im Bereich eines firmenspezifischen Projekts interessiert und bitten um Ihre Kontaktaufnahme.
Anfrageformular im Internet: www.sgbs.ch/inhouse-anfrage

Angaben zur Durchführung

Programm

Hierarchische Stufe/Funktionen der Teilnehmer

Nummer

Gewünschter Durchführungszeitraum

Gewünschte Seminarsprache

Voraussichtliche Anzahl Teilnehmende

Angaben zur Kontaktperson

Firma

Anzahl Beschäftigte

Anrede

Strasse, Nummer

Vorname

PLZ

Name

Ort

Titel (nur wenn gewünscht)

Land

Abteilung

E-Mail Kontaktperson

Funktion

Telefon Kontaktperson

Was sagen unsere Kunden?

«Besonders hervorheben möchte ich dabei die konsequente Ausrichtung der Lehrmethoden an der Selbstbefähigung der Seminarteilnehmer.»



WITTENSTEIN

Dr. Manfred Wittenstein



«Die Trainings wurden inhaltlich sehr praxisnah gestaltet, darüber hinaus sind firmeninterne Inhalte mit eingeflossen. Daraus entstand ein hoher Umsetzungstransfer, der anhält.»

ALTANA

Annette Lampe, Verantwortliche für die Durchführung des Management Development Programmes bei ALTANA Chemie AG



«Yes, excellent. In all cases, we had a very good mix of pragmatic people who possessed both good theoretical background and solid real world experience.»

HEIDELBERG

Robert Crooker,
Senior Vice President Product Strategy
Heidelberg Druckmaschinen AG



«Insgesamt erzielten wir sehr gute Ergebnisse, die sich in überdurchschnittlichen Feedback-Werten widerspiegeln aber auch an der intensiven Nachfrage seitens der Mitarbeiter.»

Microsoft

Andrea Fichtelmann,
Field Readiness Managerin BMO
Microsoft Deutschland GmbH

