

Sales im Internet

Inhouse Durchführung

Seminarnummer: INH851

Dauer: 4 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/inh851

Beratung und Infos:

Telefon: +41 71 225 40 80

Mail: inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

«Sales im Internet» ist ein Managementseminar für Verkaufsleiter, Vertriebsleiter und Marketingverantwortliche, die einen zunehmend grösseren Anteil ihres Umsatzes über Internet als Vertriebskanal erzielen wollen. Es richtet sich zudem an Verantwortliche des Online Geschäfts, an Manager von Online Shops und an Spezialisten, die ihr Wissen über Suchmaschinenoptimierung und Social Media Management massiv ausbauen wollen, um es für das eigene Internetgeschäft nutzenstiftend einsetzen zu können.

Aufbau

Tag 1+2

Seminar zur Optimierung von Vertrieb, Verkauf und Key Account Management

Tag 3+4

Seminar zur neuen Marketing Welt rund um Internet, Suchmaschinen Optimierung und Social Media.

Konzept

Die Umsätze, die über den Kanal Internet ausgelöst werden, nehmen in vielen Branchen kontinuierlich zu. Auch wenn erst wenige Prozent des Geschäfts online getätigt werden, so signalisieren die Wachstumsraten vieler Unternehmen: Verkauf via Internet ist ein Muss. Für erfolgsgewohnte Unternehmen mit guter Marktposition und starkem Verkauf ist dies nichts Erfreuliches. In einer ersten Phase wird daher Internet oft als unnötig abgetan; danach wird ein wenig investiert, um mit dabei zu sein; und oft erst zu spät wird erkannt, welches Potenzial das Online-Business hat und wie stark es die Spielregeln der eigenen Branche verändern könnte oder wird. In

diesem 4-tägigen Seminar stellen Sie Ihr etabliertes Geschäftsmodell auf den Prüfstand. Sie simulieren die wahrscheinliche zukünftige Bedeutung von Web-Marketing, Internet, Online-Shop, Suchmaschinenmarketing und Social Media Marketing für Ihr etabliertes Geschäftsmodell. Sie erkennen die Chancen und Risiken der neuen Marketingwelt für Ihr Geschäft. Sie lernen zu analysieren, ob Sie Entwicklungen bereits verschlafen haben, ob gerade jetzt der richtige Zeitpunkt für einen kraftvollen Einstieg in die Vertriebslogik der Zukunft gegeben ist oder ob sie noch etwas Zeit haben und jetzt noch zuwarten sollten.



Themen

Erfolg mit Internet Business

- Internet als neuer, zusätzlicher Vertriebskanal für etablierte Geschäfte
- Verdrängung durch Internet: Status quo der einzelnen Branchen
- Erfolgsfaktoren für ein wachsendes und rentables Online-Geschäft

Kundenbedürfnisse online recherchieren

- Consumer Need Index: Lust oder Frust der neuen Geschäftsmodelle für den Konsumenten
- B2B Nachfrageskala: Die aktuelle Bedeutung der neuen Marketingwelt für den Verkaufserfolg analysieren
- Keywords: Was wird national oder global gesucht und nachgefragt?
- Online-Befragung: Die Online-Analyseerkenntnisse im eigenen Kundenkreis überprüfen und hinterfragen

Ersatz alter Marketing-Instrumente?

- Konsequenzen für die bewährten Instrumente des Verkaufs
- Verschiebungen in den Strukturen zur Information und Kaufentscheidung

- Zukünftige Wirkung von klassischen Marktbearbeitungskampagnen wie Mailings, Telefonmarketing, Direktverkauf, Messen Ausstellungen u.a.?
- Veränderte Kommunikationslandschaft

Das eigene Internet-Business konzipieren

- Das internetfähige Leistungsangebot
- Die internetgeeignete Kunden- und Zielgruppensegmentierung
- Kundennutzen zeigen und weiterentwickeln
- Vom Informations- zum Verkaufsmittel: Der Onlineshop
- Branding und CI im Internet
- Kundenpflege im Internet
- Preisstrategien im Internet

Suchmaschinen Optimierung

- Wer sucht was?
- Wie werden wir gefunden?
- Wie generieren wir Klicks auf Website und Leistungen?
- Welche Kundenpotentiale erreichen wir mit welchen Massnahmen?



Die neue Kommunikation

- Social Media als Unterstützung
- Segmentierte Communities als Kommunikationsverstärker und Umsatztreiber
- Individuen als Mitgestalter der für uns relevanten Kommunikation

Umschichtung von Budgets in Marketing, Verkauf und Vertrieb?

- Branchentypische Budgets für Marketing und Verkauf heute und morgen
- Online Marketing experimentell austesten

- Lernen, was geht und was nicht
- Marketing- und Verkaufsbudgets neu strukturieren

Internet und Online – Massnahmenplan

Die Teilnehmenden erarbeiten im Verlauf des Seminars einen Massnahmenplan für ihr eigenes Internet- und Onlinegeschäft. So entstehen wertvolle Impulse für die Umsatzsteigerung mit Hilfe neuer Vertriebskanäle und Kommunikationsinstrumente.

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

