

# St. Galler Marketing & Verkaufs-Programm

## Durchführungen

### 2025

Nr. 40425	<b>4. Durchführung 2025</b>
1. Teil	15. – 18. Dezember 2025, Köln
2. Teil	3. – 6. Februar 2026, Davos

### 2026

Nr. 40126	<b>1. Durchführung 2026</b>
1. Teil	2. – 5. März 2026, St.Gallen
2. Teil	4. – 7. Mai 2026, Bregenz

Nr. 40226	<b>2. Durchführung 2026</b>
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Stuttgart

Nr. 40326	<b>3. Durchführung 2026</b>
1. Teil	5. – 8. Oktober 2026, Berlin
2. Teil	9. – 12. November 2026, Luzern

Nr. 40426	<b>4. Durchführung 2026</b>
1. Teil	7. – 10. Dezember 2026, St.Gallen
2. Teil	12. – 15. April 2027, Berlin

**Dauer: 4 + 4 Tage**

**Seminargebühr\*: CHF 7900.–**

\* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

## Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: [www.sgbs.ch/40](http://www.sgbs.ch/40)

## Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte und Leistungsträger aus Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und Marktforschung, die eine fundierte, praxisbezogene, moderne Marketingausbildung benötigen.
2. Führungskräfte mit Marketing-, Vertriebs- und Verkaufsverantwortung.
3. Managementkräfte aus Nicht-Marketingfunktionen (z.B. F+E, Produktion, Finanzen), die viel mit Marketing und Sales zusammenarbeiten.
4. Führungskräfte aus Linie und Stab, welche in Zukunft Marketing- und Verkaufsaufgaben übernehmen.

## Aufbau

**Teil 1:** St. Galler Marketing Seminar.  
4 Tage

**Teil 2:** Erfolg am Verkaufspunkt.  
Verkaufsmanagement.  
Key Account Management.  
4 Tage.

## Konzept

In diesem Intensivlehrgang wird das aktuelle Marketing- und Verkaufswissen erlernt, so wie es in zunehmend digital geprägten Märkten von führenden Unternehmen erfolgreich eingesetzt wird:

- Sie erhalten Know-how, wie Unternehmen und Teilbereiche radikal vom Markt her zu führen sind.
- Sie werden in die Lage versetzt, mittels Analysen Märkte und Produkte kritisch zu hinterfragen, Marketing- und Verkaufsmassnahmen abzuleiten sowie Marketinginstrumente richtig einzusetzen.

## Themen

### Markt-, Kunden und Wettbewerbsanalysen

Die neuen Instrumente der Marketing-relevanten Analysen: Praxisbeispiele.

### Marketing-Analysen

Customer Journey? Kundennutzen-Monitoring, Branchenwettbewerb, Innovationspotentiale – Wachstumfelder in digitalen Märkten

### Produktmanagement

Die richtige Produkt-, Sortiments- und Service-Strategie als Voraussetzung für Markterfolg. Produkte, Produktlinien und Marken optimal führen.

### Marketing-Strategie

Eine einzigartige Marktpositionierung planen. Klare Wettbewerbsvorteile erarbeiten. Marktbearbeitungs- und Kommunikations-Konzept.

### Verkaufs-Strategie

Optimieren der Effektivität des bestehenden Verkaufs. Entwickeln einer Vertriebs-Dominanz. Aufbau neuer, zunehmend auch digitaler Vertriebskanäle.

### Kunden-Management

St. Galler Key Account Management-Konzept. Das eigene Kundenmanagement auf dem Prüfstand: Stärken und Verbesserungs-Optionen.

### Steuerung und Controlling

Verkaufs-Planung und -Budgetierung, Verkaufs-Controlling, Steuerung kundenrelevanter Kennzahlen, Kundennähe, innovationsfördernde Unternehmenskultur und Organisationsstruktur

### Führung im Verkauf

Warum Führung speziell in Verkauf und Vertrieb so wichtig ist. Der oder die Verkaufschef:in als Führungspersönlichkeit.

# Anmeldekarte

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.

Ihre Anmeldung nehmen wir gerne per E-Mail, Post oder Internet entgegen.

**St. Gallen Business School**  
**Rosenbergstrasse 36**  
**CH- 9000 St. Gallen**

**Telefon +41 71 225 40 80**

**Internet [www.sgbs.ch](http://www.sgbs.ch)**

**E-Mail [seminare@sgbs.ch](mailto:seminare@sgbs.ch)**

\_\_\_\_\_  
Seminar-Name

\_\_\_\_\_  
Seminar-Nummer, Seminar-Datum

\_\_\_\_\_  
Vorname, Name

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Strasse, Nummer

\_\_\_\_\_  
Land, PLZ, Ort

\_\_\_\_\_  
Branche, Anzahl Beschäftigte

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Telefax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Stellung/Funktion

\_\_\_\_\_  
Geburtsdatum

\_\_\_\_\_  
Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

Sept. 2025

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Management Seminare & Programme

### Anmeldung

Ihre Anmeldung oder Bewerbung zu einem Management Seminar oder Programm nehmen wir gerne per E-Mail, Post oder Internet entgegen.

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- Informationen zu Ablauf, Hotel/Tagungszentrum und Anreise
- das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung [www.sgbs.ch/hotel](http://www.sgbs.ch/hotel)

Sollte das Seminar bereits ausgebucht sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet.

### Seminargebühr, Hotelkosten, Themen

In der Seminargebühr (zzgl. gesetzl. MwSt.) sind der Kursbesuch sowie umfassende Seminarunterlagen enthalten. Die Seminarunterlagen werden von den Teilnehmenden kurz vor dem Seminar aus unserem Downloadzentrum elektronisch heruntergeladen. Dazu senden wir ein Mail mit einem Link zum Download. Nicht darin enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung, Frühstück, Verpflegung und Tagespauschale des Hotels bzw. Tagungszentrums. Diese müssen von den Teilnehmern:innen direkt dem Hotel bezahlt werden.

Es steht den Teilnehmer:innen selbstverständlich frei, ausserhalb des Seminarhotels zu übernachten. In diesem Falle bezahlen Sie die vom Hotel/Tagungszentrum verlangte Tagespauschale direkt an das Hotel/Tagungszentrum.

Das Kurshonorar wird nach erfolgter Anmeldung erhoben und ist spätestens 6 Wochen vor Seminarbeginn zu überweisen.

Kleinere Änderungen bei Themen, Themenabfolge und Referenten bleiben vorbehalten.

### Zertifikat

Über den Besuch des Kurses erhalten Sie ein Kurszertifikat, bei einem mehrteiligen Programm im Verlauf des letzten Programtteils.

### Umbuchung, Verschiebung

Bei einer Umbuchung eines gebuchten Seminars oder Seminarteils bis 3 Monate vor Beginn verrechnen wir eine Umbuchungsgebühr von CHF 400.– zzgl. MwSt. Bei einer Umbuchung im Zeitraum 6 Wochen bis 3 Monate vor Seminarbeginn sind 20% der Gebühren der umgebuchten Veranstaltung zu bezahlen. Bei einer Umbuchung weniger als 6 Wochen vor Beginn werden 40% der Gebühr fällig. Bei einer Umbuchung von weniger als 2 Wochen vor Seminarbeginn wer-

den 80% der Gebühr fällig. Bei Nichterscheinen verfällt die Gebühr entschädigungslos. Nicht besuchte Seminare und Seminarteile verfallen.

Bei einer Umbuchung kann es passieren, dass es ggf. zu allfälligen Programmänderungen/-anpassungen und -überschneidungen kommen kann. Daraus kann keine anteilige Rückerstattung der Seminargebühr abgeleitet werden.

### Annulation, Rücktritt, Stornierung

Eine Annulation einer Anmeldung (Rücktritt oder Stornierung) ist bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos möglich. Bei einer Stornierung zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminargebühr zzgl. MwSt. verrechnet.

Alternativ kann bis 10 Tage vor Seminarbeginn gegen Bezahlung der Umbuchungsgebühr von CHF 700.– zzgl. MwSt. ein:e Ersatzteilnehmer:in gestellt werden, der Zielgruppenbeschreibung entsprechend.

Die volle Seminargebühr wird verrechnet, wenn die Stornierung weniger als 30 Werkstage vor Seminarbeginn erfolgt.

Einzelne Seminare können aufgrund höherer Gewalt vom Veranstalter kurzfristig oder

wegen Mangel an Teilnehmenden bis spätestens 10 Werkstage vor Seminarstart annulliert werden, ohne dass dabei ein Schaden geltend gemacht werden kann.

### Verschiebung bei Gefahrenlage, Pandemie

Bitte lesen Sie dazu unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Management Seminare und Programme: [www.sgbs.ch/agb](http://www.sgbs.ch/agb)

### Versicherung, Haftung, Preisänderungen

Bitte lesen Sie dazu unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Management Seminare und Programme: [www.sgbs.ch/agb](http://www.sgbs.ch/agb)

Es gilt **Schweizer Recht, Gerichtsstand ist St. Gallen.**

Mit dem Erscheinen eines neuen Prospektes verlieren jeweils alle früheren Angaben zu Inhalten, Bedingungen, Referenten und Preisen ihre Gültigkeit.

Unsere aktuellen AGB's Allgemeine Geschäftsbedingungen entnehmen Sie unter:

**[www.sgbs.ch/agb](http://www.sgbs.ch/agb)**