

St. Galler Marketing & Vertriebs Programm

Durchführungen

2025

Nr. AV2855	5. Durchführung 2025
1. Teil	15. – 18. Dezember 2025, Köln
2. Teil	3. – 6. Februar 2026, Davos

2026

Nr. AV2816	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. März 2026, St.Gallen
2. Teil	4. – 7. Mai 2026, Bregenz

Nr. AV2826	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Stuttgart

Nr. AV2836	3. Durchführung 2026
1. Teil	5. – 8. Oktober 2026, Berlin
2. Teil	9. – 12. November 2026, Luzern

Nr. AV2846	4. Durchführung 2026
1. Teil	7. – 10. Dezember 2026, St.Gallen
2. Teil	12. – 15. April 2027, Berlin

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

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

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av28

Zielgruppe (w/m)

Teilnehmende sind jüngere Führungskräfte, Fachkräfte und Stabsmitarbeiter aus Marketing, Verkauf, Vertrieb, Kunden-, Produktmanagement, Werbung, Branding und Marktforschung.

Konzept

In Marketing und Vertrieb stecken oft enorme Chancen: Etwa dann, wenn es gelingt, dank neuem Kundennutzen sich von der Konkurrenz zu unterscheiden. Oder dort, wo bestehende Kundenbeziehungen vertieft und die Potenziale des Kunden besser genutzt werden können. Und erst recht dann, wenn man es schafft, ein attraktives Leistungsangebot auch wirklich optimal zu vermarkten.

Marketing ist breit gefächert. Wir zeigen, was gutes Marketing ist. Und vor allem, was es bewirkt. Wir zeigen aber auch seine Grenzen: Für gutes Marketing gibt es keine Patentrezepte. Zu unterschiedlich die Positionierungs-Notwendigkeiten. Und vielfältig die Instrumente, die eingesetzt werden. Kunden und Konsumenten werden zu aktiven

Partnern im Kommunikationsprozess. Internet und Suchmaschinen- Optimierung und KI etablieren sich zu unverzichtbaren Instrumenten. Gutes Marketing setzt Prioritäten. Und setzt zudem klare Ziele zu Themen wie Qualitätsführerschaft, Marktführerschaft, Imagepositionierung, Kundenzufriedenheit, Wachstum, Produkt- und Kundenrentabilität.

Damit diese Ziele erreichbar sind, braucht es das richtige Vermarktungskonzept und Stärke im Vertrieb. Ob Direktverkauf, Verkauf über Aussendienst, Verkauf über Handels- oder Absatzpartner oder aber Consultative Selling: Die Gestaltung eines wirkungsvollen Verkaufs und Vertriebs entscheidet letztlich über den Erfolg am Markt.

Das Programm zeigt, in gut strukturierter Form, die Erfolgsfaktoren eines modernen Marketing- und Vertriebsmanagement auf.

Themen

Teil 1: Marketing

Der Kunde im Fokus

- Kundenbedürfnisse als Ausgangsbasis für gutes Marketing
- Kundenprobleme als Orientierung für rentable Geschäftsbeziehungen
- Die besondere Herausforderung: Märkte schaffen, Bedarf erzeugen

Der Markt im Visier

- Marktanalyse: Was wissen wir wirklich vom Markt und den relevanten Marktentwicklungen?
- Rentable Marktsegmente definieren
- Priorisierung von Produkt-, Kunden- oder Länder-Märkten im Rahmen der eigenen Marketing-Strategie

Wettbewerb und Wettbewerbs-Position

- Der Einfluss des Wettbewerbsverhaltens auf die Branche
- Heutige, aber auch potenziell zukünftige Wettbewerber
- Die Analyse der Wettbewerbs-Position
- Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren der Wettbewerber

Themen

Marketing-Strategien und Marketing-Ziele

- Inhalte einer Erfolg versprechenden Marketingstrategie
- Alternative Marketing-Strategien
- Die Ressourcenzuteilung: Was kostet wirkungsvolles Marketing?

Differenzierung und Kundennutzen

- Marketing bezweckt Differenzierung
- Einzigartigkeit statt Austauschbarkeit
- Unverwechselbarer Marktauftritt
- Je mehr Kundennutzen, desto besser

Preisaggressive Strategien

- Möglichkeiten des Preis- und Konditionen- Wettbewerbs
- Voraussetzungen und Wirkung einer Strategie der Preisvorteile
- Preisaggressiven Strategien von Konkurrenten ausweichen

Emotionalität und Marken-Management

- Emotionen und Beziehungsmanagement
- Aufbau und Pflege einer Marke

Geheimnisse des Online-Marketings

- Die Vorteile, den Kunden direkt, ohne Umwege und Absatzpartner, zu bearbeiten

Teil 2: Verkauf, Vertrieb

Operatives Marketing

- Den Marketing-Mix gestalten
- Marketing-Controlling

Modernes Vertriebsmanagement

- Der Vertrieb innerhalb der Unternehmensführung
- Bausteine einer erfolgreichen Vertriebsstrategie
- Neue Vertriebswege im B2B- und B2C-Marketing

Verkaufsprozesse und Vertriebs-Stärke in der Praxis

- Die Wahl der Absatz- und Distributions-Kanäle
- Die Gestaltung eines wirkungsvollen Verkaufsprozesses
- Vertriebs-Stärke planen und realisieren

Key Account Management

- Marketing und Verkauf im Grosskunden-Geschäft
- Aktives Key Account-Management firmenspezifisch aufbauen

Spezialthemen

Im zweiten Seminarteil haben wir zusätzlich die Möglichkeit, einige ausgewählte Themen anhand von eigenen Praxisfällen zu vertiefen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können Aufgaben und Themen aus den Bereichen Marketing, Verkauf und Vertrieb, an welchen sie speziell interessiert sind, in das Seminar einbringen.

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

E-Mail seminare@sgbs.ch

Seminar-Name

Telefon

Seminar-Nummer, Seminar-Datum

Telefax

Vorname, Name

E-Mail

Firma

Stellung/Funktion

Strasse, Nummer

Geburtsdatum

Land, PLZ, Ort

Datum

Branche, Anzahl Beschäftigte

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

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

Versicherung, Haftung, Preisänderungen

Bitte lesen Sie dazu unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Management Seminare und Programme: 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