

St. Galler Marketing-, Sales- und Digitalisierungs-Programm

Sicherstellung einer gezielt gewählten Wachstumsstrategie.

Durchführungen

2024

Nr. HP7014	1. Durchführung 2024
1. Teil	29. Jan. – 1. Feb. 2024, St. Gallen
2. Teil	4. – 6. März 2024, Stuttgart
3. Teil	15. – 18. April 2024, Stuttgart
Nr. HP7024	2. Durchführung 2024
1. Teil	18. – 21. März 2024, Ammersee
2. Teil	15. – 18. April 2024, Stuttgart
3. Teil	19. – 21. Juni 2024, Brunnen (Nähe Luzern)
Nr. HP7034	3. Durchführung 2024
1. Teil	10. – 13. Juni 2024, St. Gallen
2. Teil	19. – 21. Juni 2024, Brunnen (Nähe Luzern)
3. Teil	2. – 5. September 2024, Brunnen (Nähe Luzern)
Nr. HP7044	4. Durchführung 2024
1. Teil	2. – 5. September 2024, St. Gallen
2. Teil	4. – 7. November 2024, St. Gallen
3. Teil	13. – 15. November 2024, Luzern
Nr. HP7054	5. Durchführung 2024
1. Teil	14. – 17. Oktober 2024, St. Gallen
2. Teil	4. – 7. November 2024, St. Gallen
3. Teil	13. – 15. November 2024, Luzern

Dauer: 4 + 3 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 9900.–

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

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/hp70

Zielgruppe (w/m)

1. Das Programm richtet sich an High Potentials und Führungskräfte mit Verantwortung für Wachstum, Gewinnmarge, Markterfolg, Verkauf
2. Führungs- und Fachkräfte, die eine praxisnahe Weiterbildung in modernem Marketing- und Verkaufsmanagement suchen
3. Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Marketing Research, Key Account Management, Produktentwicklung, Produktmanagement, Verkauf, Vertrieb, Distribution

Aufbau

Teil 1: 4-tägiges Marketing Management Seminar. Das aktuelle Marketing Wissen, gut strukturiert und hoch verdichtet. Inklusive der neuen Entwicklungen im Marketing, Direktmarketing, Online-marketing.

Teil 2: 4-tägiges Seminar zum erfolgreichen Umsetzen der Marketingkonzepte am Verkaufspunkt, dank Verkaufsmanagement, Kundenfokussierung und effektiven Vertrieb.

Teil 3: 3-tägiges Seminar zu Chancen und Wachstum dank Digitalisierung.

Konzeption

Marketing schafft die Voraussetzungen für den Erfolg des Unternehmens, seiner Produkte und Dienstleistungen am Markt: Durch Auswahl der attraktiven Märkte. Durch Bestimmen der Zielgruppe und des Nutzens, der den einzelnen Kunden-Kategorien erbracht werden soll. Durch optimale Segmentierungsmodelle. Durch kluge Fokussierung auf Einzigartigkeit. Durch Differenzierung. Durch wohl durchdachte Wettbewerbsstrategien. Durch ein geniales Marketing Konzept und einen harmonisch abgestimmten Marketing Mix. Durch die Überführung von Ideen in Markterfolg.

Verkauf ist die Finalisierung aller vorausgegangenen Bemühungen am Verkaufspunkt, das Generieren des gewünschten Umsatzes mit der geplanten Gewinnmarge. Das Schaffen von Kundennähe, Emotion, Beziehung. Das gekonnte Begeistern von Kunden. Kundenbindung. Neukundenakquisition. Kundenrückhol-Programme. Bessere Potenzialnutzung. Kundenloyalität.

Der digitale Wandel ist allgegenwärtig. Es gilt, die Chancen frühzeitig zu erkennen und neue digitale Geschäftsmodelle zu entwerfen, auf den Markt zu bringen und erfolgreich zu vermarkten.

Themen

Wirkungsvolles Marketing- und Verkaufsmanagement

- Kunden werden informierter und anspruchsvoller: Konsequenzen für wirkungsvolles Marketing- und Verkaufsmanagement
- Gesamtsystematik und Zusammenhänge
- Neue Trends: Social Media, Communities, Digital Marketing, Suchmaschinen u.a.: Welches sind die Konsequenzen für Marketing und Verkauf?

Märkte analysieren, richtige Märkte wählen

- Mehr wissen über heutige und zukünftige Märkte
- Research-basiertes Marketing
- Lernen vom Wettbewerb; Lernen aus anderen Branchen
- Lernen durch gezieltes Testing

Potenzialanalysen

- Wo sind die ungenutzten Umsatzpotenziale?
- Wo schlummern die wirklichen Ertragspotenziale?
- Wachstum dank Neudefinition der Kundensegmente
- Ertragssteigerung dank Neudefinition des Kundennutzens

Themen

Wettbewerbspositionierung

- Unsere eigene Wettbewerbsposition
- Was unsere Kunden so an uns schätzen
- Was unsere Nicht-Kunden an unseren Wettbewerbern so schätzen
- Wer unsere wirklichen Konkurrenten sein werden

Differenzierungs-Strategien

- Warum Austauschbarkeit so schädlich ist
- Wie Einzigartigkeit und Differenzierung erreichen?

Verteidigungs-Marketing

- Wie die eigenen Marktpositionen absichern?
- Der Appetit der Wettbewerber auf unsere rentablen Marktpositionen
- Marktanteile sichern

Angriffs-Marketing

- Die Möglichkeiten, Marktanteile zu gewinnen
- Die Schwächen des Wettbewerbs kennen

Innovations-Marketing

- Neue Märkte schaffen
- Innovationen und Aufbaugeschäfte
- Business Development

- Marktanteile gewinnen, ohne um sie zu kämpfen

Überlegenheit dank Strategischem Marketing

- Marktführerschaft dank bestem Preis-/Leistungs-Verhältnis
- Qualitätsführerschaft
- Innovationsführerschaft
- Kostenführerschaft
- Preisführerschaft dank Discounting
- Schnelligkeitsführer dank kreativem Prozessmanagement
- Einzigartigkeit in der Nische
- Wachstumsführerschaft

Einzigartiger Marktauftritt dank Marketing-Mix

- Die Umsetzung der Marketing Strategie im operativen Marketing
- Die Bausteine der Marketing-Arbeit in der Praxis
- Die Gestaltung überzeugender Marketing-Programme
- Marktauftritt: Nicht am falschen Ort sparen

Prinzipien des Kundenmanagement

- Der Kunde im Fokus
- Überzeugendes Kundenmanagement
- Konzepte für das Massenmarketing
- Key Account Management

- Verkaufs- und Vertriebsmanagement
- Point of Information: Wo informiert sich der Kunde?
- Point of Decision: Wer trifft wo die Kaufentscheidung?
- Point of Sales: Wo wird eingekauft?
- Umsetzung von Strategien und Marketing Strategie im Verkaufs- und Vertriebskonzept

Verkaufs-Exzellenz bei bestehenden Kunden

- Präferenzen bei Kunden und Entschieden für das eigene Angebot schaffen
- Das Potenzial bestehender Kunden besser nutzen
- Den Kunden-Lebenszyklus gestalten
- Die Kundenbeziehung pflegen und gestalten
- Empfehlungs-Marketing: Kunden werben Kunden
- Instabile Kundenbeziehungen stabilisieren. Recovery Programme.

Erfolgreiches Neukunden-Management

- Nicht-Kunden zum Wechsel bewegen
- Nicht-Nutzer von den Vorteilen überzeugen
- Kunden des Wettbewerbs gewinnen
- Erfolgreiche Konzepte der Neukundengewinnung

Online Business, Community Management

- Möglichkeiten des Digital Marketing
- Aufbau von Communities
- Empfehlungen für die Praxis

Nachhaltiges Wachstum

- Die Bedeutung von Wachstum für eine nachhaltige Überlebensfähigkeit und Profitabilität eines Geschäftes
- Daraus abgeleitet: Die richtigen Wachstumsziele
- Erfolgreiche und weniger erfolgreiche Wachstumsstrategien
- Die besten Wachstums-Optionen
- Die präzise Wachstumsstrategie

Wachstum dank Digitalisierung

- Die Chancen der Digitalisierung erkennen:
- Neue Märkte dank neuen Geschäftsmodellen
 - Neue Vertriebswege mit weniger Kosten und mehr Added Value
 - Neue Kommunikationswege
 - Neue Formen der gezielten Kundenansprache
 - Digitales Kundenmanagement
 - Digitales Marketing
 - Nachhaltiges, erfolgreiches Wachstum in digitalen Zeiten

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Management Seminare & Programme

Administrative Hinweise

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

Telefon +41 71 225 40 80
E-Mail seminare@sgbs.ch
Internet www.sgbs.ch

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

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

Informationen zu den Seminarhotels

Weitere Informationen zu unseren Seminarzentren und Hotels finden Sie im Internet: www.sgbs.ch/hotel

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.

Kooperation, Fragebogen

Einige unserer Seminare werden in Kooperation mit anderen renommierten Institutionen durchgeführt. Der jeweilige Veranstaltungspartner erfasst am Ende des Seminars die Kundenzufriedenheit und leitet die Auswertung an den Kooperationspartner weiter.

Zertifikat

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

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 werden 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 5 Tage vor Seminarbeginn gegen Bezahlung der Umbuchungsgebühr von CHF 400.– zzgl. MwSt. ein:e Ersatzteilnehmer:in gestellt werden, der Zielgruppenbeschreibung entsprechend.

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

Einzelne Seminare können aufgrund höherer Gewalt vom Veranstalter kurzfristig oder wegen Mangel an Teilnehmenden bis spätestens 10 Werktage vor Seminarstart annulliert werden, ohne dass dabei ein Schaden geltend gemacht werden kann.

Verschiebung bei Gefahrenlage, Pandemie

Für Pandemie bedingte Umbuchungen auf einen späteren Termin sind wir kulant: Wir verzichten auf eine neue Seminargebühr und auch auf die sonst anfallende Umbuchungsgebühr. Durch die erweiterte Umbuchungsoption entfällt die oben genannte «kostenlose Stornierung bis 3 Monate vor Seminarbeginn». Die Seminargebühr bleibt, sofern nicht schon bezahlt, mit der in der Rechnung genannten Valuta geschuldet.

Als Gefahrenlage gelten Ereignisse wie eine Epidemie, eine Pandemie, Katastrophen, gravierende politische oder gesellschaftliche Verwer-

fungen, die eine Gefahr für die Teilnehmenden darstellen, die aus vernünftiger Sicht durch eine Verschiebung vermieden werden soll.

Eine Verschiebung aus solchen Gründen durch St. Gallen Business School berechtigt nicht zur Annulation des gebuchten Seminars oder Programms.

Wir als Veranstalter haben das Recht, ein Seminar aus triftigen Gründen nach St. Gallen in unser Studienzentrum zu verlegen, ohne dass dies zur Annulation der Anmeldung berechtigt.

Versicherung, Haftung, Preisänderungen

Wir empfehlen, eine Seminar-Annulationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Ebenfalls sind weitere allfällige Schäden welche direkt oder indirekt in Verbindung mit dem Seminarbesuch gebracht werden könnten, sei es aus Unfall, Krankheit, Haftpflicht, Diebstahl, Annulation des Seminars durch den Veranstalter oder sei es durch Schäden aus der Anwendung des vermittelten Management-Wissens durch die Teilnehmer:innen bzw. die uns beauftragte Unternehmung selbst zu versichern oder abzudecken. Jegliche Haftung unsererseits wird wegbedungen.

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

