

# Digital Marketing. Digital Sales.

## Resultat-Workshop

Dieser Workshop wird nur firmenspezifisch durchgeführt. Gemeinsam mit Ihnen und Ihren Mitarbeitenden erarbeiten wir die besten Lösungen zu aktuellen Herausforderungen und Aufgabenstellungen.

### Vorgehen

Sie schildern uns Ihre Erwartung an den Nutzen des Workshops. Wir erstellen dann ein unverbindliches Angebot.

### Daten

Termin, Ort: zu vereinbaren

Dauer: 4 Tage

Gebühr: gemäss Offerte

### Projektanfragen

Telefon: +41 71 225 40 80

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

Internet: [www.sgbs.ch/ws78](http://www.sgbs.ch/ws78)

## Zielgruppe

- Entscheider, Executives und Führungskräfte, für welche der digitale Wandel eine große Herausforderung darstellt und die den digitalen Wandel im Unternehmen forcieren oder unterstützen
- Führungskräfte, Spezialisten und Fachkräfte mit wichtigen Aufgaben für das digitale Marketing und den digitalen Vertrieb, wie Chief Marketing Officer (CMO); Chief Sales Officer (CSO)

## Nutzen

Die Teilnehmenden lernen eine einfache, schnelle aber dennoch fundierte Standortbestimmung zum Reifegrad des digitalen Marketings & Vertriebs. Sie lernen, die Roadmap für eine systematische Implementierung des Digitalen Marketings & Vertriebs auszuarbeiten.

## Konzeption

Durch die Digitalisierung des Marketings & Vertriebs ist es heute möglich, Kunden Lösungen anzubieten, die viel genauer auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind – und das einfacher, komfortabler und kostengünstiger als je zuvor. Führende Unternehmen gehen dabei deutlich über «klassische» Vertrieboptimierungen hinaus. Sie nutzen zukunftsweisende Vertriebs- und Marketingpraktiken mit neuen Methoden und neuen Tools. Wie wird das eigene Marketing- & Vertriebsmanagement bewusst weiter entwickelt?

## Themen

### Herausforderungen & Maßstäbe in Marketing & Vertrieb

- Amazon, Facebook, Google – Freunde oder Feinde?
- Änderung des Käuferverhaltens und des Marktes
- Alte Welt – neue Welt
- Das Reifegradmodell des Digital Marketing & Digital Sales: Von Stufe 0 (Analoge Welt) bis Stufe 5 (Integrierte Digitalisierung)

### Digitales Marketing

- Neue Methoden und Tools im Marketingmanagement-Prozess
- Neue Möglichkeiten der Potenzialanalyse
- Marketing Automation

- Überblick und Bewertung über die Instrumente des Online-Marketings, wie Google ADS, E-Mail-Marketing, Influencer, Social Media, Communitys, Blog etc.
- Trackingmethoden
- Die neuen Rollen der Marketingmitarbeiter
- Digital Pricing
- Opportunity Management
- Künstliche Intelligenz im Marketing
- Conversation Marketing
- Datengetriebenes Marketing entlang der Customer Journey

### Digitaler Vertrieb

- Neue Methoden und Tools im Vertriebsprozess
- Entscheidungsbeeinflussung
- Trigger-Event-Selling
- Social Selling
- Sales Automation
- Selbstpflegende, automatisierte CRM-Systeme
- Tools für den persönlichen Vertriebs
- Die neuen Rollen der Vertriebsmitarbeiter
- Opportunity Management
- Digitales Angebotsmanagement
- Digitales Vertriebsmanagement
- Künstliche Intelligenz im Vertrieb

### Unternehmensspezifische Roadmap

- Ermittlung der digitalen Wettbewerber
- Realtime Dashboard für Marketing & Vertrieb
- Digitalisierung der eigenen Customer Journey
- Eigene Roadmap für die digitale Transformation