



Grundlagen des Marketings

Aktuelles Marketing-Know-how für Ihre Unternehmenspraxis

Für ein intensives Marketingstudium fehlt Ihnen die Zeit? Sie wollen dennoch einen umfassenden Einblick in aktuelles und praxisrelevantes Marketing-Know-how gewinnen? Sie möchten die Chancen und Risiken des Marktes einschätzen? Das Seminar ist auch für Fachleute ohne Marketingausbildung geeignet.

Ziel

Sie erhalten einen tiefer gehenden Einblick in zeitgemäßes, erfolgreiches Marketing. Das Seminar macht Sie mit den effektivsten Marketing-Instrumenten vertraut: Sie lernen Werkzeuge kennen, die Sie in Ihrer konkreten Situation anwenden können. Sie werden Ihre unternehmensspezifischen Marketing-Strategien erfolgreich planen und umsetzen. Sie führen marktorientiert und nutzen ihre Marktchancen.

Inhalte

- Strukturen und Konzepte des Marketings, z.B. Zielgruppen-Marketing, Strategien des Produkt-Lebenszyklus, Wettbewerbsstrategien
- Ihre individuelle Marketing-Situation im Unternehmen
- Lernziele, die sich aus Ihrer individuellen Unternehmenssituation ergeben
- Grundlagen des Marketings: Bedürfnisse, Marktsegmentierung, Wettbewerbsorientierung, Kommunikation subjektiver Wahrnehmung
- Produktpolitik: von der Produktidee bis zur Produktpositionierung
- Preispolitik: Preisstrategien im Umfeld des Wettbewerbs
- Kommunikationspolitik: von der klassischen Werbung über PR bis zu Below-the-line-Maßnahmen
- Distributionspolitik: Welche Vertriebskanäle gibt es? Welche sind sinnvoll? Welche sollten Sie nutzen oder optimieren?

Methoden

Gruppenarbeit, Rollenspiele, Kurzreferate, Plenumsdiskussion.

Die Methoden und Werkzeuge demonstriert der Trainer anhand von Beispielen aus seiner Berufspraxis.