

Marketing Management Seminarinhalte 06. März 2018

Referent: Lothar Heide, www.direct-coaching-heide.com

Themengliederung

08:30 – 10:45 Uhr

Was bedeutet Marketing?

Wie setze ich Marketing gezielt in meinem Unternehmen ein? Marketingstrategie- Neuromarketing- Guerilla-Marketing. Aggressives Multichannel-Marketing und seine Folgen für den Handwerksunternehmer.

Direktmarketing - Konzeptentwicklung

Firmen-, Image- und Dienstleistungsflyer mit fokussierter Text- und Bildgestaltung, klare Darstellung Ihrer Kernkompetenz sowie Ihre kundenorientierte Unternehmensphilosophie–CRM.

10:45 – 11:00 Uhr Kaffeepause

11:00 – 12:30 Uhr

Digitales Marketing - Onlinestrategieentwicklung

Internetauftritt, Website-Controlling, Empfehlungsmarketing–Multiplikatoreffekt

Produkt- und Dienstleistungsportfolio; Darstellung auf Ihrer Homepage

Digitale Produkt- und Dienstleistungskommunikation

Neue Kommunikationswege über Social-Media-Plattformen

12:30 – 13:15 Uhr Mittagspause

13:15 – 15:00 Uhr

Planung und Optimierung des Marketing–Mix

Produkt/Dienstleistung–Preis–Werbung–Vertrieb

Unternehmensziele klar definieren

Was muss ich zur Umsetzung des Unternehmenszieles berücksichtigen? Kommunikation und Kreativität zwischen Unternehmer und seinen Führungskräften.

Kostencontrolling, Machbarkeitseinschätzung, Risiko Kostenstruktur, Definition des Marktumfeldes, Zielgruppendefinition, GFK Kaufkraft, GeoMarketing, Kaufkraftindex in Deutschland. Nur wer seine Zielgruppe kennt, wird profitabler arbeiten.

15:00 – 15:15 Uhr Kaffeepause

15:15 – 18:00 Uhr

Wo ist der Mehrwert meiner Dienstleistung gegenüber anderen Wettbewerbern?

Produkt- und Preisstrategie im Hoch- oder Niedrigpreissegment, Preisfestsetzung und Umsetzungsmaßnahmen, Preiserklärung, Preisdarstellung, Preisdurchsetzung, Preis- und Wertkommunikation, Wertschaffung, Wertigkeit definieren.

KZA–Kundenzufriedenheitsabfrage nach Auftragsausführung

Qualitätssicherungsmaßnahme – CRM kundenorientierte Unternehmensphilosophie