

Produktmarketing (2 Tage)

SGO Business School



Montag 27.05.2024 08:45 - Dienstag
28.05.2024 17:00 in Olten
Montag 21.10.2024 08:45 - Dienstag
22.10.2024 17:00 in Glattbrugg
Donnerstag 21.11.2024 08:45 -
Freitag 22.11.2024 17:00 in
Glattbrugg

Sie lernen an diesem Produktmarketing-Seminar **Marketingstrategien** zu entwickeln, umzusetzen und eine Produktmarke aufzubauen. Mit diesem Produktmarketing-Seminar sollen Sie in die Lage versetzt werden,

- Ihr Produkt am Markt **erfolgreich zu platzieren**,
- **Strategien** für die Gewinnung oder Verteidigung von Marktanteilen zu erarbeiten sowie
- kontinuierlich den Status Ihrer Vertriebsfolge zu **evaluieren**.

Dank effektivem Controlling können Sie in Zukunft fundierte Entscheidungen für die Produktentwicklung und -vermarktung ableiten. Durch einen zusätzlichen strategischen Blickwinkel können Sie die Auswirkungen Ihrer Entscheidungen

im Produktmarketing auf Ihr gesamtes Produktportfolio **abschätzen und bewerten**.

CHF 1'400.00

[Mehr Informationen und Anmeldung](#)

Zusätzliche Infos zur Veranstaltung

Zertifikat/Bestätigung

Teilnahmebestätigung

Referenten



Norbert Mooslechner
Bereichsleiter - SGO Business School



Franziska Daniela Wimmer
Dozentin - SGO Business School



Nicolas Aventaggiato
Inhaber - Aventaggiato Xpert

Veranstalter

[SGO Business School](#)

Telefon bei Fragen

044 586 86 37

Beschreibung

Inhalte dieses Produktmarketing-Seminars

Kundenbedürfnisse und Kaufentscheidungsprozesse als Basis für die Vermarktungskonzeption

- Kaufverhalten im B2B bzw. B2C-Bereich
- Besonderheiten von Dienstleistungen
- Erfolgsfaktoren verschiedener Geschäftsarten

Das Vermarktungsprofil als strategischer Rahmen für das Produktmarketing

- Bestimmung des Marktprofils
- Markenführung und Markenmanagement (Charakteristika, Markenbekanntheit, -image, -identität, -wert, -strategien)
- Produkt- und Markenbekanntheitsgrad
- Positionierung und Erfolgspotenziale

Erstellung eines Marketingplans: Marketing- und Vertriebsaktivitäten im Einklang

- Vorgehensweise bei der Erarbeitung
- Festlegung der Ziele
- Strategie-Chip
- Leistungsvorteil und Produktnutzen
- Marketing-Mix-Entscheidungen
- Marketingplan
- Weitere Umsetzungsmassnahmen und Briefings

Lebenszyklusmanagement - Konsequenzen für marketing- und produktpolitische Entscheidungen

- Marketing-Mix nach Lebenszyklusphasen: Marktanteile gewinnen, sichern und verteidigen
- Ansatzpunkte für Reorientierung: Variation, Elimination, Relaunch • Management im Kundenlebenszyklus
- Beziehungsmanagement/CRM
- Kundenzufriedenheit und Beschwerdemanagement
- Markt und Vertriebsfolge evaluieren, Marketing-Controlling

Marketing-Trends

- Social-Media im Marketing-Mix

- Location Based Marketing
- Marketing für Smartphones
- Der Mix entscheidet - Cross Media Marketing

Zielgruppe

Dieses Seminar eignet sich insbesondere für Angehende und praktisch tätige Produktmanager, Marketing-Manager und Marketingleiter.

Mehr Informationen und Anmeldung

Buchungsbedingungen

AGB von SGO Business School

Leistungen

SGO behält sich vor, im Einzelfall Inhalte und Zeitanteile aus didaktischen und lehrmethodischen Gründen zu modifizieren, wenn dadurch das Seminarziel besser erreicht werden kann.

Seminarunterlagen

Die Rechte an den Seminarunterlagen (Manuskripte, Übungen und Fallstudien) liegen ausschliesslich bei SGO. Jede weitere Verwendung bedarf der schriftlichen Zustimmung von SGO.

Anmeldung

Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Einganges berücksichtigt.

Rücktritt

Die Abmeldung muss schriftlich erfolgen. Ein Rücktritt des Kunden ist ohne Kostenfolge, wenn dieser bis 6 Wochen vor Seminarbeginn erfolgt. Erfolgt der Rücktritt später als 6 Wochen vor Seminarbeginn, hat dies folgende Annullationsgebühren zur Folge (in Prozenten der Seminargebühren):

- Bis zu 4 Wochen vor Seminarbeginn: 20%
- Bis zu 2 Wochen vor Seminarbeginn: 30%
- Weniger als 2 Wochen vor Seminarbeginn: 100%

Diese Annullationsgebühr entfällt, wenn ein Ersatzteilnehmer benannt wird.

Nichterfüllung

Kann SGO aufgrund höherer Gewalt oder aus Gründen, die SGO nicht selbst zu vertreten hat, die zugesagte Leistung zu dem vereinbarten Termin nicht erbringen, ist SGO verpflichtet, dem Kunden einen Ausweichtermin anzubieten. Kommt keine Einigung auf einen Ausweichtermin zustande, ist der Kunde frei, vom Vertrag zurückzutreten. SGO hat in diesem Fall keine Ansprüche auf Stornierungsgebühren.

Ausweis: Teilnehmende, welche das jeweilige Seminar vollständig besucht haben (min. 80%), erhalten einen SGO-Seminarausweis.

Zahlungsbedingungen

Die Seminare sind im Voraus zahlbar. Auf Anfrage können aber auch individuelle Zahlungsmodalitäten vereinbart werden. Preisänderungen vorbehalten.

Datenschutz

Hinsichtlich Datenschutz gelten - zusätzlich zu den unten genannten Datenschutzregeln - die Datenschutzregeln der SGO, die Sie unter dem folgenden Link finden: <https://www.sgo.ch/impressum.html>