



Seminar

Marketing für die Praxis

Kennen | Verstehen | Anwenden

INHALT UND
ZIEL

Marketing spielt insbesondere in kleinen und mittelständischen Unternehmen eine untergeordnete Rolle. Dies zeigt sich schon daran, dass es oftmals in Prozess und Struktur eine Nebenrolle spielt. Die Bedeutung für den zukünftigen unternehmerischen Erfolg wird unterschätzt und die Funktion auf Messeorganisation und Werbemittel reduziert. Doch die Entwicklung von Märkten, Kundenbedürfnissen und Informationsverhalten ist rasant. Ohne das notwendige Handwerkszeug und einen Plan kann nicht effektiv und effizient vermarktet werden.

Kein Marketing ohne eigene Strategie

- Warum ist Marketing eine Denkhaltung? Warum benötige ich eine Strategie?
- Was macht mein Unternehmen interessant und attraktiv? Welche Strategien passen für mich?
- Was will ich? Trends, Ziele, Zielgruppen und Wettbewerb

Dieser Seminarbaustein wird unterstützt durch Checklisten für den Aufbau einer eigenen Marke und einer individuellen Strategie

Kein Marketing ohne das richtige Wissen

- Welche Einstellungen und Werte kennzeichnen meine Kunden?
- Welche Erwartungen haben die Kunden an mein Unternehmen?
- Wie gestalte ich pragmatisch eine wirksame Marktforschung?

Dieser Seminarbaustein wird unterstützt durch Checklisten zur Analyse des individuellen Markts.

Kein Marketing ohne die richtigen Maßnahmen

- Welche Marketinginstrumente gibt es und was sind die Vor- und Nachteile?
- Wie finde ich meinen optimalen Marketing-Mix in Bezug auf Kosten, Nutzen und Ressourcen?
- Welche Lösungen gibt es in Bezug auf Organisation, Budgetierung und Controlling?

Dieser Seminarbaustein wird unterstützt durch Checklisten zur Erstellung eines eigenen Marketingplans unter Berücksichtigung von Instrumenten wie Social Media, Messen, PR etc.

Ihr persönlicher Nutzen!

- Sie entwickeln unter Berücksichtigung Ihrer Ausgangssituation und Ihrer Ziele eine erfolgreiche Strategie und einen roten Faden für Ihr Marketing.
- Sie lernen, wie Sie sich gezielt vom Wettbewerb abgrenzen können und welche Wege es gibt, sich als attraktives Unternehmen zu positionieren.
- Die Praxisorientierung des Seminars mit Checklisten bietet Ihnen für Ihre betriebliche Praxis direkt umsetzbare Lösungsansätze
- In kleinen Seminargruppen können Sie Ihre betrieblichen Fragestellungen diskutieren.

Teilnehmerkreis: Marketingmitarbeiter/-innen ohne entsprechende Ausbildung und/oder Erfahrung, Mitarbeiter/-innen, welche den Bereich neu übernommen haben oder übernehmen werden, Einzelunternehmerin/-innen

BER Marketing GmbH - Marketing Consulting | Branding | Training

Ralph Strobel

Marktstraße 31 | 74172 Neckarsulm | Tel. 0170 - 833 27 24

www.ber-marketing.de | info@ber-marketing.de

KONTAKT