

Mini-MBA Programm in Marketing & Sales

Erst professionelles Marketing und Vertriebsmanagement macht aus überzeugenden Leistungen und Produkten auch Verkaufserfolge. Dieses umfassende 4-teilige Programm mit Abschlussfallstudie bietet modernes Marketing und Vertriebsmanagement mit hohem Anwendungspotential.

KONZEPT

Die 16-tägige Marketing-Weiterbildung der Boston Business School ist mehr als nur eine systematische Gesamtdarstellung des modernen Marketing- und Vertriebs-Managements. Es vermittelt in 4 Teilen die Fähigkeiten, Märkte zu analysieren, Kundenbedürfnisse zu erkennen, die richtigen Marktsegmente zu bestimmen, starke Wettbewerbspositionen einzunehmen, Digital Marketing aktiv zu nutzen und den Vertrieb und Verkauf zu steuern. Sie erleben an vielen Beispielen, wie Kundennutzen geschaffen und in gesteigerte Rentabilität überführt wird. Und Sie werden sehen, wie die Instrumente des Marketings zusammenwirken müssen, um Markterfolg ernten zu können.

ZIELGRUPPE

- Führungskräfte, Führungsnachwuchs und Verantwortliche zentraler Stellen aus Verkauf, Marketing, Vertrieb, Marktforschung
- Produktmanager, Projektleiter, Business-Unit-Leiter, Marktverantwortliche
- Key-Account-Manager und Kundenverantwortliche
- Führungskräfte ohne formale Marketing-Ausbildung, die eine systematische Gesamtsicht eines modernen Marketings benötigen
- Fachkräfte und Spezialisten aus Online-Marketing, Direktmarketing, Bereichen des digitalen Marketings, Social Media sowie Führungskräfte, die neues Wissen suchen

AUFBAU

Das Programm besteht aus vier Modulen:

Teil 1 (5 Tage): General Management und Strategie als Überbau und für die Gesamtsicht

Teil 2 (4 Tage): Marketing in der Praxis

Teil 3 (4 Tage): Strategisches Vertriebsmanagement

Teil 4 (4 Tage): Vertrieb und Digitalisierung

Die Reihenfolge der Module kann variieren.

Einige Tage nach Ende des letzten Seminarteils erhalten die Teilnehmenden eine ausführliche Fallstudie, die sie selbstständig bearbeiten und in die die Inhalte aller besuchten Programmteile einfließen. Diese Abschlussarbeit dokumentiert die aktive Teilnahme und erlaubt ein differenziertes Wissens- und Leistungs-Feedback. Ihre Bewertung findet im detaillierten Abschlusszertifikat Berücksichtigung.

THEMENSCHWERPUNKTE

General Management und Strategie

Die wesentlichsten Management- und Strategiekonzepte werden in intensiver, verständlicher Form dargelegt, um die Gesamtzusammenhänge und den Beitrag von Marketing und Vertriebsmanagement zum Unternehmenserfolg aufzuzeigen. So lernen Sie, das Unternehmen als integriertes Ganzes zu verstehen.

- General Management in der Praxis
- Die zentralen Elemente strategischer Konzepte für klassische und digitale Märkte
- Geschäftsmodelle in der digitalen Welt
- Die wesentlichen finanzwirtschaftlichen Grössen
- Führung und Führungsaufgaben

Strategisches Marketing und Kundenmanagement

Marketing verlangt nach intensivem Beschäftigen mit dem Kunden. Es beginnt mit dem Erforschen seiner Bedürfnisse, seiner ungelösten Kundenprobleme. Was einfach klingt, kann sich in der Realität als komplexes Unterfangen erweisen.

- Die Definition des Kunden und seines Potenzials
- Ungelöste Kundenprobleme und Kundenbedürfnisse als Basis für erfolgreiches Marketing
- Digitale Marketing-Strategien

Marktanalyse, Segmentierung und Portfolio-Management

Sehr schnell merkt man dann, dass es «den Markt» nicht gibt. Segmentierung ist nötig, um spezifische Zielgruppen oder Teilmärkte mit einem spezifischen Leistungsangebot ansprechen zu können.

- Trends rechtzeitig erkennen
- Die Analyse des Marktes, die Technik des Segmentierens
- Target Marketing: Die Kunst, Teilmärkte gezielt zu erreichen
- Online und Digital Marketing: Bedeutung für einzelne Branchen
- Kunden-, Leistungs- und Vertriebsportfolios
- Einsatz der Marketing-Ressourcen nach strategischen Schwerpunkten

Rentable Kundenbeziehungen

Ziel dieses Portfolio-Managements muss es sein, rentable Kundenbeziehungen zu identifizieren und zu steuern. Und zwar so, dass nachhaltige Resultatverbesserung entsteht.

- Kundenpotenzial-orientiertes Marketing
- Life-Cycle-Konzepte, CRM
- Kundenbeziehungen durch Internet, Social Media, Communities

New Business Development

Manche Märkte gibt es noch nicht – man muss sie erschaffen. Vor allem dort, wo neue Technologien oder neue Geschäftsideen die Vorstellungskraft des potentiellen Kunden sprengen.

- Neue Geschäftsideen entwickeln, Innovationsmanagement
- Markteintritt und Aufbau neuer, rentabler Marktpositionen
- Digitale Geschäftsmodelle

Markterfolg

Markterfolg kann mit zwei diametral verschiedenen Strategien erreicht werden: Preisaggressivität oder Differenzierung.

- Wie Preisstrategien entwickelt und umgesetzt werden
- Die Strategie der Differenzierung
- Beispiele, Erfolgsmechanismen

Markenmanagement, Branding

Meist sind es nicht objektiv messbare Tatsachen, die aus einem Produkt, einer Dienstleistung oder einem System etwas Einzigartiges und Unverwechselbares machen. Marketing spielt mit Emotionen. Im Zentrum steht die Marke.

- Gesetze des Markenmanagements
- Aufbau und Pflege des Markenkerns
- Die Kommunikation der Positionierung und Alleinstellung

Operative Marketing-Entscheidungen

Um Marketing-Strategien tatsächlich umsetzen zu können, muss man wesentliche Entscheidungen bezüglich der einzusetzenden Marketing-Instrumente treffen. Wir behandeln die für die Praxis wichtigsten Marketing-Mix Entscheidungen.

- Das passende Leistungs-Konzept
- Die Bedeutung des Produktlebenszyklus
- Wie gestaltet man Preise und Konditionen?
- Dos & Don'ts der Kommunikation

Marketing und Rentabilität

Marketing-Entscheidungen wirken sich entscheidend auf die Rentabilität der Unternehmung aus. Die grösste Gefahr droht bei einem unkontrolliertem Wachstum der Vielfalt.

- Wie die Konzentration auf rentable Kunden und rentable Geschäfte bzw. Aufträge vorgenommen wird
- Warum es dank Value-added-Konzepten keine dauerhaft unrentablen Kunden gibt
- Wie mit Marketing-Massnahmen eine markante Ergebnisverbesserung bewirkt wird

Verkauf, Vertrieb und Key Account Management

Marketing schafft die Voraussetzungen für Markterfolg. Durch Stärke in Verkauf und Vertrieb erreicht man dann auch tatsächlich überdurchschnittliche Resultate im Markt. Wir zeigen wie.

- Verkaufsmanagement und Erfolg im Verkauf
- Wahl der Absatzkanäle heute und morgen
- Wie der Verkaufsprozess aufzubauen ist
- Gekonntes Key Account Management
- Internet als Vertriebskanal

Digital Marketing und Social Media

Im digitalen Zeitalter entstehen neue Möglichkeiten mit Kunden und weiteren Stakeholdern zu interagieren. Wir zeigen wie man die passenden Instrumente einsetzt.

- Online Marketing Strategie
- Branding, Content und Kundenbindung
- Absatz und Erfolgsmessung
- Customer Journey
- Multichannel Management

Daten

B8742	1. Teil:	12. – 16.12. 2022	Frankfurt
	2. Teil:	27.02. – 02.03. 2023	St. Gallen
	3. Teil:	27. – 30.03. 2023	Frankfurt
	4. Teil:	17. – 19.04. 2023	Brunnen/Luzern
B8713	1. Teil:	06. – 10.03. 2023	St. Gallen
	2. Teil:	12. – 15.06. 2023	St. Gallen
	3. Teil:	25. – 28.09. 2023	Brunnen/Luzern
	4. Teil:	13. – 16.11. 2023	St. Gallen
B8723	1. Teil:	19. – 23.06. 2023	St. Gallen
	2. Teil:	04. – 07.09. 2023	St. Gallen
	3. Teil:	25. – 28.09. 2023	Brunnen/Luzern
	4. Teil:	13. – 16.11. 2023	St. Gallen
B8733	1. Teil:	11. – 15.09. 2023	St. Gallen
	2. Teil:	27. – 30.11. 2023	Horn/Bodensee
	3. Teil:	04. – 07.12. 2023	Köln
	4. Teil:	15. – 18.04. 2024	Stuttgart

Seminardauer: **17 Tage**

Seminargebühr*: **CHF 11.900.–** zzgl. MWST

Anmeldung: www.bostonprograms.com/b87
oder mit Anmeldekarte hinten

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Auf Wunsch können Sie die Teile individuell kombinieren: Zum Beispiel 1. und 2. Teil im Sommer und 3. und 4. Teil im Herbst oder Folgejahr.

INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder projects@bostonprograms.com kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit durch.

ANMELDEKARTE

Bitte senden oder faxen Sie die Anmeldekarte an:

Boston Business School
Kirchstrasse 3
CH-8700 Küsnacht/Zürich

Telefon +41 (0)43 499 40 20

Telefax **+41 (0)43 499 40 21**

E-Mail info@bostonprograms.com

Internet www.bostonprograms.com

Ich melde mich wie folgt an:

Programm

Nummer

Datum

Teilnehmer

Anrede

Herr

Frau

Titel

Name

Firma

Strasse, Postfach

PLZ

Ort

Land

E-Mail Teilnehmer/in

E-Mail Kontaktperson

Telefon

Telefax

Funktion

Branche

Anzahl Mitarbeiter bis 200 bis 1000 über 1000

Unterschrift

ANMELDEKARTE

Bitte senden oder faxen Sie die Anmeldekarte an:

Boston Business School
Kirchstrasse 3
CH-8700 Küsnacht/Zürich

Telefon +41 (0)43 499 40 20

Telefax **+41 (0)43 499 40 21**

E-Mail info@bostonprograms.com

Internet www.bostonprograms.com

Ich melde mich wie folgt an:

Programm

Nummer

Datum

Teilnehmer

Anrede

Herr

Frau

Titel

Name

Firma

Strasse, Postfach

PLZ

Ort

Land

E-Mail Teilnehmer/in

E-Mail Kontaktperson

Telefon

Telefax

Funktion

Branche

Anzahl Mitarbeiter bis 200 bis 1000 über 1000

Unterschrift

ADMINISTRATION

Telefonische Beratung und Auskünfte

Gerne beraten wir Sie bei der Auswahl des richtigen Weiterbildungs-Angebots und stehen Ihnen unter Telefon +41 (0)43 499 40 20 hierfür zur Verfügung.

Anmeldung

Füllen Sie die Anmeldekarte – auch als Download im Internet unter www.bostonprograms.com erhältlich – aus und senden Sie uns diese bitte zu.

Oder melden Sie sich per E-Mail oder Internet an.

Post: Boston Business School
Kirchstrasse 3 · CH-8700 Küsnacht/Zürich
Telefon: +41 (0)43 499 40 20
E-Mail: info@bostonprograms.com
Internet: www.bostonprograms.com

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen elektronisch:
– die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
– Informationen zu Ablauf, Hotel/Tagungszentrum und Anreise
– das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung
Sollte das Seminar bereits ausgebucht sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet.

Seminargebühr, Hotelkosten, Themen

In der Seminargebühr (zzgl. gesetzl. MwSt.) sind der Kursbesuch sowie umfassende Seminarunterlagen enthalten. Die Seminarunterlagen werden von den Teilnehmenden kurz vor dem Seminar aus unserem Downloadzentrum elektronisch heruntergeladen. Dazu senden wir ein Mail mit einem Link zum Download. Nicht in der Seminargebühr enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung, Frühstück, Verpflegung und Tagespauschale des Hotels bzw. Tagungszentrums. Diese müssen von den Teilnehmern/innen direkt dem Hotel bezahlt werden. Es steht den Teilnehmer/innen selbstverständlich frei, ausserhalb des Seminarhotels zu übernachten. In diesem Falle bezahlen Sie die vom Hotel/Tagungszentrum verlangte Tagespauschale direkt an das Hotel/Tagungszentrum. Das Kurshonorar wird nach erfolgter Anmeldung erhoben und ist spätestens 6 Wochen vor Seminarbeginn zu überweisen.

Kleinere Änderungen bei Themen, Themenabfolge und Referenten bleiben vorbehalten.

Kooperation, Fragebogen

Einige unserer Seminare werden in Kooperation mit anderen renommierten Institutionen durchgeführt, z.B. unserem Partner St. Gallen Business School. Der jeweilige Veranstaltungspartner erfasst am Ende des Seminars die Kundenzufriedenheit und leitet die Auswertung an den Kooperationspartner weiter.

Zertifikat

Über den Besuch des Kurses erhalten Sie ein Kurszertifikat, bei einem mehrteiligen Programm im Verlauf des letzten Programmteils.

Umbuchung, Verschiebung

Eine Umbuchung ist nur bis 6 Wochen vor Beginn des Seminars/Seminaranteiles einmalig möglich (Umbuchungsgebühr: CHF 350.–/EUR 350.–). Nicht besuchte Seminare und Seminaranteile verfallen.

Bei einer späteren Umbuchung verfällt die Seminargebühr. Alternativ kann die Buchung eines Ersatzteilnehmers bis spätestens 5 Arbeitstage vor Seminarbeginn erfolgen.

Bei einer Umbuchung kann es passieren, dass es ggf. zu allfälligen Programmänderungen/-anpassungen und -überschneidungen kommen kann. Daraus kann keine anteilige Rückerstattung der Seminargebühr abgeleitet werden.

Annulation, Rücktritt, Stornierung

Eine Annulation einer Anmeldung (Rücktritt oder Stornierung) ist bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos möglich. Bei einer Stornierung zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminargebühr verrechnet.

Alternativ kann bis 5 Tage vor Seminarbeginn ein(e) Ersatzteilnehmer(in) gestellt werden, der Zielgruppenbeschreibung entsprechend.

Die volle Seminargebühr wird verrechnet, wenn die Stornierung weniger als 30 Werktage vor Seminarbeginn erfolgt.

Einzelne Seminare können aufgrund höherer Gewalt vom Veranstalter kurzfristig oder wegen Mangel an Teilnehmenden bis spätestens 10 Werktage vor Seminarstart annulliert werden, ohne dass dabei ein Schaden geltend gemacht werden kann.

Verschiebung bei Gefahrenlage, Pandemie

Für Pandemie bedingte Umbuchungen auf einen späteren Termin sind wir kulant: Wir verzichten auf eine neue Seminargebühr und auch auf die sonst anfallende Umbuchungsgebühr. Durch die erweiterte Umbuchungsoption entfällt die oben genannte «kostenlose Stornierung bis 3 Monate vor Seminarbeginn». Die Seminargebühr bleibt, sofern nicht schon bezahlt, mit der in der Rechnung genannten Valuta geschuldet.

Als Gefahrenlage gelten Ereignisse wie eine Epidemie, eine Pandemie, Katastrophen, gravierende politische oder gesellschaftliche Verwerfungen, die eine Gefahr für die Teilnehmenden darstellen, die aus vernünftiger Sicht durch eine Verschiebung vermieden werden soll.

Eine Verschiebung aus solchen Gründen berechtigt nicht zur Annulation des gebuchten Seminars oder Programms.

Versicherung, Haftung, Preisänderungen

Wir empfehlen, eine Annulationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Ebenfalls sind weitere allfällige Schäden welche direkt oder indirekt in Verbindung mit dem Seminarbesuch gebracht werden könnten, sei es aus Unfall, Krankheit, Haftpflicht, Diebstahl, Annulation des Seminars durch den Veranstalter oder sei es durch Schäden aus der Anwendung des vermittelten Management-Wissens durch die Teilnehmer/innen bzw. die uns beauftragte Unternehmung selbst zu versichern oder abzudecken. Jegliche Haftung unsererseits wird wegbedungen.

Es gilt **Schweizer Recht, Gerichtsstand ist St. Gallen.**

Boston Business School (BBS) ist eine Institution der St. Gallen Business School AG, CH-9000 St. Gallen (SGBS). Für die Inanspruchnahme der Leistungen der BBS gelten daher die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) der SGBS, die oben beschrieben wurden.

Mit dem Erscheinen eines neuen Prospektes verlieren jeweils alle früheren Angaben zu Inhalten, Bedingungen, Referenten und Preisen ihre Gültigkeit.

Unsere aktuellen Allgemeinen Geschäftsbedingungen entnehmen Sie unter: www.bostonprograms.com/agb

Ausgabe JP 2023