

Der Einsatz neuer Medien in der heutigen Geschäftswelt führt insbesondere im Bereich des Marketing Managements zu grossen Veränderungen. Ein modernes Marketing zielt jedoch nicht nur auf die neuen Möglichkeiten der digitalisierten Welt, sondern verbindet diese mit bewährten Marketingstrategien und -konzepten aus dem klassischen Marketing Management. Das Zusammenführen dieser beiden Marketingwelten bildet das Ziel dieses 2-teiligen Seminars.

Konzept

In vielen Unternehmen stellen sich mit dem Wandel zur Informationsgesellschaft bedeutende Fragen im Umgang mit den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung. Von diesen Fragestellungen insbesondere betroffen ist das Marketing Management. Welches sind heute die besten Absatzkanäle? Wie können Massnahmen im Bereich des Online-Marketings in bestehende Marketingkonzepte integriert werden? Und welche Elemente der traditionellen Marketing-Grundlagen haben nach wie vor Gültigkeit? Mit diesem 2-teiligen Marketingprogramm werden den Teilnehmenden die Bestandteile eines ganzheitlichen Marketing Managements aufgezeigt, die in der Verbindung mit klassischen Marketing-Konzepten und -Instrumenten zu einem integrierten Marketing-Ansatz zusammengeführt werden.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Marketing Management

Marketing-Strategie

- ▶ Das ganzheitliche Verständnis des Marketing Managements
- ▶ Von der Unternehmensstrategie zur Marketing-Strategie
- ▶ Das Kundenverhalten als treibende Kraft der Marketing-Strategie
- ▶ Strategische Kunden- und Marktsegmentierung

Marktanalyse

- ▶ Kunden- und Kundenverhaltens-Analyse
- ▶ Analyse von Kaufentscheidungsprozessen
- ▶ Der Einfluss der neuen Medien auf das Kundenverhalten
- ▶ Konkurrenz- und Branchenanalyse

Marketing-Konzept

- ▶ Von der Marketing-Strategie bis zur Umsetzung am Verkaufspunkt
- ▶ Produkt-, Markt- und Preiskonzept
- ▶ Auswirkungen der neuen Medien auf bestehende Marketing-Konzepte
- ▶ Trends, Innovationen und neue Geschäftsmodelle

Absatzkonzept

- ▶ Integration von Online Marketing Kanälen im Absatzkonzept
- ▶ Multi Channel Marketing
- ▶ Kommunikation am Point of Sales

Teil 2: Online Marketing & Social Media

Online Marketing und Online Advertising

- ▶ Bestandesaufnahme und Bewertung der neuen Absatzkanäle
- ▶ Abgrenzung zwischen Online Marketing und Online Advertising
- ▶ Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- ▶ Affiliate Marketing
- ▶ Keyword-Advertising
- ▶ E-Mail Marketing
- ▶ Zusammenführung der Online Kanäle in eine Online Marketing Strategie

Social Media

- ▶ Werbung in sozialen Netzwerken
- ▶ Relevante Social Media Plattformen
- ▶ Möglichkeiten und Grenzen des Community Managements
- ▶ Aufbau einer Social Media Strategie

Tracking und Monitoring

- ▶ Erfolgsmessung mittels Kennzahlen im Online Marketing
- ▶ Tracking-Systeme zur Überprüfung von Online-Kampagnen

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
49322	1. Teil	Horn/St. Gallen
	2. Teil	Wildhaus
49422	1. Teil	Horn/St. Gallen
	2. Teil	Brunnen
49123	1. Teil	Luzern
	2. Teil	Brunnen
49223	1. Teil	Hallwilersee
	2. Teil	Brunnen

Seminargebühr*: CHF 6900.- (zzgl. 7.7% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum12

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Wir freuen uns über Ihre
Anmeldung.
Bitte senden Sie uns den
Anmeldetalon per Post, Fax
RdE

SGMI Management Institut
St. Gallen
Bogenstrasse 7
|rt|

00. iDE"
00. iDE"
Internet www.sgmi.ch
cd @sgmi.ch

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift



Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift



Infokarte

Bitte rufen Sie mich an. Ich interessiere mich für:

- R Seminare, Programme
- R Master, Diplome, Zertifikate
- R Corporate Programs
- R Management Consulting
- R SGMI Alumni Network

Name	Vorname
Firma	
Funktion	