

Der zertifizierte Marketing Manager

Mit den richtigen Tools Produkte und Marken erfolgreich platzieren

Die 4Ps in der Praxis

- Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik in der Umsetzung
- Von der Ideenfindung bis zur Entwicklung marktfähiger Produkte

Ihr Weg zum perfekten Marketing-Plan

- Wo stehen Sie im Vergleich zum Wettbewerb?
- Analysen, Tools und Methoden intelligent einsetzen

Marketing-Budget und -Controlling

- Instrumente der Erfolgsmessung
- Überblick über die wichtigsten Kennzahlen

Zusammenarbeit mit Agenturen und Kooperationspartnern

- Erfolgreiche Marketing- und Medienkooperation gestalten
- Von A-Z perfekt vorbereitet auf das Agentur-Briefing

Social Media Marketing

- Die richtigen Kanäle für Ihre Produkte/Dienstleistungen auswählen
- Crowd-Sourcing & Co. für neue Impulse nutzen

Ihre Experten:



Alexander Strecker
Alexander Strecker
Management Consulting
& Training



Klaus Kuenen
Deutsche Post AG



Ulrich Schulze-Eckel
ants communications

Specials für Ihre Praxis:

- ✓ Profitieren Sie von erfahrenen Experten aus Agentur- & Unternehmensseite
- ✓ Aktuelle Trend-Themen & Tipps für Ihre tägliche Arbeit

Begeisterte Teilnehmerstimmen
ehemaliger Marketing-Seminare:

- ◆ „Meine Erwartungen wurden voll erfüllt. Die Referenten waren hoch kompetent. Das Seminar hatte einen exzellenten Praxisbezug. Konnte nützliche Hinweise und Ideen für meine Arbeit mitnehmen.“

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

5. und 6. November 2012 in Frankfurt/M.

3. und 4. Dezember 2012 in Köln

28. und 29. Januar 2013 in München

Ihre Aufgaben als Marketing Manager kompetent und überzeugend meistern



Ihr Seminarleiter:

Alexander Strecker, Inhaber, **Alexander Strecker Management Consulting & Training**, Hamburg

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen **ab 8.45 Uhr**

9.30 Herzlich willkommen

- Begrüßung durch den Seminarleiter und kurze Vorstellungsrunde
- Überblick über Ziele und Inhalte des Seminars
- Abstimmung mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

9.40 Marketing Management in der Praxis

- Was steckt hinter Marketing Management?
- Marketing in unterschiedlichen Bereichen – von B2B, B2C über Dienstleistungen
- Marktorientierung – Lokal, Regional, National, International & Global
- Ziele im Marketing Management

10.30 Kaffee und Teepause

10.45 Der Marketing Manager – Ihre Rolle, Aufgaben & Verantwortung

- Einbindung des Marketing Managers in die Unternehmensorganisation
- Ihre zentralen Funktionen und Aufgaben als Marketing Manager
- Anforderungsprofil: Qualifikationen, Kernkompetenzen & Co. – was brauchen Sie wirklich?
- Aktuelle Herausforderungen des Marketing Managers von morgen

11.30 Der Marketingplan als Leitfaden

- Der Marketing Plan – was steckt genau dahinter?
- In 4 Schritten zum perfekten Marketingplan
 - 1. Situationsanalyse: Nutzen Sie Ihre Toolbox
 - 2. Festlegung von Zielen, der relevanten Zielgruppe und Strategien
 - 3. Die Instrumente des Marketing-Mixes (4 Ps)
 - 4. Marketing-Budget und -Controlling als kritische Erfolgsparameter

12.00 Business Lunch

13.15 Situationsanalyse als Basis für Ihre operativen Handlungen

- Markt- und Wettbewerbsanalyse: Wo stehen Sie im Vergleich zum Wettbewerb?
- Kunden- und Lieferantenanalyse: Wen wollen Sie erreichen?
- SWOT- und GAP-Analyse: Stärken ausbauen & Chancen ergreifen
- Portfolio- und Produktlebenszyklus-Analyse: Die typische Entwicklung Ihres Produkts am Markt
- Ressourcen- und Kapazitätsanalyse: Mit gegebenen Ressourcen mehr Kapazitäten nutzen

14.00 Festlegung von Zielen, relevanter Zielgruppen und Strategien

- Ziele im Marketing Management
 - Die richtige Zielformulierung mithilfe der SMART-Regel
 - Unternehmensziele auf die Marketing-Abteilung richtig ableiten
- Zielgruppen im Marketing Management
 - Wer ist Ihre Zielgruppe und was sind deren Bedürfnisse?
 - Zielgruppengerechte Ansprache als Erfolgskriterium
- Markt- und Produktstrategien im Marketing Management

15.30 Kaffee- und Teepause

15.45 Die 4Ps als operative Instrumente (Teil 1)

- Produktpolitik (product)
 - Von der Ideenfindung bis zur Entwicklung marktfähiger Produkte
 - Nutzen Sie neue Möglichkeiten wie Crowd-Sourcing & Co.
 - Erfolgsfaktoren der Produktpolitik
- Preispolitik (price)
 - Wie bestimmen Sie den richtigen Marktpreis?
 - Entscheidung: Optimierung der Marge oder Menge? So berechnen Sie die beste Lösung
 - Bewährte Preisstrategien im Überblick

16.45 Die 4Ps als operative Instrumente (Teil 2)

- Distributionspolitik (place)
 - Auf die richtige Auswahl der Kanäle für Ihre Produkte/Dienstleistungen kommt es an
 - Neue Distributionsmöglichkeiten für Ihre Produkte
 - Erfolgsfaktoren: Direkter und Indirekter Vertrieb
- Kommunikationspolitik (promotion)
 - Above-the-line vs. Below-the-line oder beides?
 - Vorteile und Nutzen von Print, TV & Co.
 - Vorteile und Nutzen von Direktmarketing, PoS, Social Media & Co.
- Welchen Stellenwert haben die einzelnen Tools?

18.00 Gelegenheit für Ihre noch offenen Fragen

ca. 18.15 Ende des ersten Seminartags, anschließend Get-Together

Mit Tipps & Tricks aus der Praxis in Ihrer Abteilung punkten

Ihr Seminarleiter:
Alexander Strecker

9.00 Es geht weiter

- Zusammenfassung des ersten Seminartages
- Überblick über die Themen des zweiten Seminartages

9.10 Marketing-Budget und -Controlling: Bewährte Instrumente der Erfolgsmessung

- Welche Tools und Methoden zur Erfolgsmessung müssen Sie kennen?
- Überblick über die wichtigsten Kennzahlen des Marketing Managers
- Anwendungsbeispiele aus der Praxis

10.15 Kaffee- und Teepause

10.30 Special: Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen – Ihr Weg zum Dream-Team

- Spannungsfeld Vertrieb
- Neue Möglichkeiten in F&E und Produktion
- Controlling

11.00 Zusammenarbeit mit Agenturen & Kooperationspartnern

- Welche Agentur bzw. Kooperationspartner passt zu Ihrem Unternehmen?
- Erfolgreiches Verhandeln von Vertrag und Vergütung
- Von A-Z perfekt vorbereitet auf das Agentur-Briefing
- Nachhaltig zusammenarbeiten – mit Erfolg!

11.30 Praxisvortrag: Erfolgreiche Marketing- und Medienkooperation

- Erfolgreiche Marketing- und Medienkooperationen gestalten und strukturieren
- Welche Voraussetzungen müssen die Partner gegenseitig erfüllen?
- Was sind die jeweiligen Zielsetzungen und wie kommen Sie auf einen Nenner?
- Bewährte Formen der Marketing- und Medienkooperationen



Ulrich Schulze-Eckel
Partner,
ants communications, Mainz



13.00 Business Lunch

14.15 Aktueller Trend: Social Media Marketing

- Wie können Sie die sozialen Medien für Ihr Unternehmen erfolgreich nutzen?
 - Digitales Marketing für Ihre Produkte/ Dienstleistung
 - Mobile Marketing
 - Fanpage Ihres Unternehmens
- Erfolgsfaktoren des Social Media Marketings

15.15 Kaffee- und Teepause

15.30 Praxisvortrag: Online-Marketing bei der Deutschen Post AG



- Wie können Sie Werbewirkung und Werbeerfolg erzielen?
- Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in der Praxis
- Wie messen, beurteilen und optimieren Sie Online Werbewirkung?
- Tipps & Tricks aus der täglichen Arbeit



Klaus Kuenen
Senior Projektmanager,
Deutsche Post AG, Bonn

17.00 Zusammenfassung und Gelegenheit für
Ihre noch offenen Fragen

ca. 17.15 Ende des Seminars und fakultative Prüfung

Dokumentieren Sie Ihr Wissen mit der fakultativen Prüfung zum „Zertifizierten Marketing Manager!“



Im Anschluss an den zweiten Seminartag haben Sie die Möglichkeit, sich Ihr Wissen bestätigen zu lassen. Die Themen der zwei Seminartage werden im Rahmen eines Multiple-Choice-Tests geprüft. Sie erhalten nach erfolgreichem Bestehen der Prüfung ein Fachzertifikat, das detailliert Ihre erworbenen Kenntnisse beschreibt. Bei Nicht-Teilnahme an der Prüfung erhalten Sie eine Teilnahmebestätigung.

Get-Together

Ausklang des ersten Tages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit den Referenten und den Teilnehmern!

Warum dieses Seminar wichtig für Sie ist

Als Marketing Manager sind Sie gefordert, immer ein **Ohr am Markt** zu haben, auf **Kundenbedürfnisse** zu reagieren, **Marktinformationen** zu gewinnen, aussagekräftige **Analysen** zu fahren, **Marketing-Pläne** zu erstellen und eng mit anderen **Abteilungen und Partnern** zusammenzuarbeiten. Von Ihnen wird fundiertes **Marketing-Wissen** verlangt und das richtige Gespür für die **Top-Trends**.

Wie können Sie mit geeigneten Maßnahmen **Produkte** und **Marken** erfolgreich im Markt platzieren und diese von **Konkurrenzprodukten** abgrenzen?

Was Sie hier lernen

Dieses Seminar ist insbesondere auf die täglichen Anforderungen eines Marketing Managers zugeschnitten und vermittelt die entscheidenden **Kenntnisse** und **Fähigkeiten** mit vielen Beispielen aus der Praxis.

Sie erfahren, wie Sie

- **Ihre Rolle, Aufgabe & Verantwortung** als Marketing Manager **perfekt ausfüllen**.
- **Marketing-Pläne** souverän erstellen und in die **Praxis umsetzen**.
- **Marktinformationen** gewinnen und Ihre **Zielgruppe** verstehen.
- die Elemente des **Marketing-Mix** operativ umsetzen.
- die richtigen **Kanäle** für Ihre Produkte/Dienstleistungen auswählen.
- **Kennzahlen** und **Instrumente der Erfolgsmessung** für sich nutzen.
- mit **Abteilungen, Agenturen & Kooperationspartnern** gewinnbringend zusammenarbeiten.

Zertifizierung zum Marketing Manager

Im Anschluss an den zweiten Seminartag haben Sie die Möglichkeit, sich Ihr Wissen bestätigen zu lassen. Die Themen der zwei Seminartage werden im Rahmen eines Multiple-Choice-Tests geprüft. Sie erhalten nach erfolgreichem Bestehen der Prüfung ein Fachzertifikat, das detailliert Ihre erworbenen Kenntnisse beschreibt. Bei Nicht-Teilnahme an der Prüfung erhalten Sie eine Teilnahmebestätigung.

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.



Steegmann.

Victoria Steegmann

Projektmanagerin

Tel.: 0 61 96/47 22-641

E-Mail: victoria.steegmann@managementcircle.de

Alexander Strecker

ist Inhaber der **Alexander Strecker Management Consulting & Training** in Hamburg. Er verfügt über langjährige Marketing-, Vertriebs-, Consulting- und Trainingserfahrung in den Bereichen Konsumgüter, Industriegüter und Dienstleistungen. Alexander Strecker ist spezialisiert auf die Gebiete Marketing, Vertrieb, Führung, Kommunikation und Nachhaltigkeit. Vor seiner Tätigkeit als Management Consultant und Trainer leitete Alexander Strecker das Marketing der Marke Müller und war zuvor in verschiedenen Marketingpositionen bei Newell Rubbermaid, Borco, Kühne und Colgate tätig.

Klaus Kuenen

ist seit 2012 verantwortlich für die Onsite Umsetzung der Location Based Advertising Strategie der **Deutschen Post AG** in Bonn. Davor war er von August 2002 bis 2011 als Manager eCommerce und eMarketing verantwortlich für das Online-Abo-Portal der Deutschen Post AG: den Leserservice, der von einem umfangreichen Affiliate Marketing Programm begleitet wird. Von 1997 an übernahm er als Seminarleiter und Coach für Andersen Consulting, leitete von 1996 bis 2001 verschiedene Online-Media-Produktionen und baute die Abteilung Online-Medien für Unternehmen wie BellaCoola Filmproduktion GmbH/DuMont und XenoVeo GmbH auf.

Ulrich Schulze-Eckel

ist seit 2009 Partner des Beratungsunternehmens **ants communications** in Mainz. Er verfügt über 25 Jahre Agenturerfahrung (u.a. bei Universal McCann) im Management mit Schwerpunkten in Planung, strategischer Kommunikationsberatung, internationale Kundensteuerung, Prozess-Optimierung und Business Mapping. Im Jahr 2007 war Ulrich Schulze-Eckel Mitglied der Media Lions Jury beim internationalen Werbefestival in Cannes.

Bitte beachten Sie auch unser Seminar:

Erfolgsfaktor Markenführung

19. und 20. November 2012 in München

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Eberhard Bergmann**,
Tel.: 0 61 96/47 22-700, Fax: 0 61 96/47 22-888,
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Ich berate Sie gerne, rufen Sie mich an.



Larissa Bende

Tel.: 0 61 96/47 22-608

E-Mail: larissa.bende@managementcircle.de

www.managementcircle.de/inhouse



Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- Sie erfahren, wie Sie Ihre **Rolle, Aufgabe und Verantwortung** als Marketing Manager **perfekt ausüben**.
- Sie lernen, wie Sie **Marketing-Pläne** erfolgreich erstellen und in die **Praxis umsetzen**.
- Sie wollen für Ihre Produkte den optimalen **Marketing-Mix** finden.
- Sie möchten mit anderen **Abteilungen** noch stärker zusammenarbeiten und mit **Agenturen und Kooperationspartnern** professionell verhandeln.

Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Dieses Intensiv-Seminar richtet sich an **Mitarbeiter aus Marketing-Abteilungen, speziell Marketing Manager, Junior- sowie Senior-Marketing Manager** sowie an **leitende** und **weitere Mitarbeiter** aller Unternehmensbereiche, die sich **fundierte Marketing-Kenntnisse aneignen** oder ihre **Kenntnisse auffrischen** möchten.

Termine und Veranstaltungsorte

5. und 6. November 2012 in Frankfurt/M.
 WELCOME HOTEL FRANKFURT,
 Leonardo-da-Vinci-Allee 2, 60486 Frankfurt/M.
 Tel.: 069/770670-1237, Fax: 069/770670-444
 E-Mail: info.fra@welcome-hotels.com

3. und 4. Dezember 2012 in Köln
 Hotel im Wasserturm Köln, Kaygasse 2, 50676 Köln
 Tel.: 0221/2008-140, Fax: 0221 / 2008-144
 E-Mail: reservation@hotel-im-wasserturm.de

28. und 29. Januar 2013 in München
 Sheraton München Arabellapark Hotel,
 Arabellastraße 5, 81925 München
 Tel.: 089/93001-6397, Fax: 089/93001-6837
 E-Mail: arabellaparkmuenchen@sheraton.com

Für unsere Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

Mit der Deutschen Bahn ab € 99,- zur Veranstaltung.
 Infos unter:
www.managementcircle.de/bahn



Über Management Circle



Als anerkannter Bildungspartner und Marktführer im deutschsprachigen Raum vermittelt Management Circle **WissensWerte** an Fach- und Führungskräfte. Mit seinen 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 3000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur **Bildung für die Besten** erhalten Sie unter www.managementcircle.de

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.995,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Der zertifizierte Marketing Manager

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- | | | |
|--------------------------|--|----------------|
| <input type="checkbox"/> | 5. und 6. November 2012 in Frankfurt/M. | WS
11-73268 |
| <input type="checkbox"/> | 3. und 4. Dezember 2012 in Köln | 12-73269 |
| <input type="checkbox"/> | 28. und 29. Januar 2013 in München | 01-73270 |

1 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

2 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

3 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

Firma _____

Straße/Postfach _____

PLZ/Ort _____

Telefon/Fax _____

@ E-Mail _____

Datum _____ Unterschrift _____

Ansprechpartner/in im Sekretariat: _____

Anmeldebestätigung bitte an: _____ Abteilung _____

Rechnung bitte an: _____ Abteilung _____

Mitarbeiter: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

- 10 %

Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter datenschutz@managementcircle.de oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

Anmeldung/Kundenservice

Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**
 Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**
 E-Mail: anmeldung@managementcircle.de
 Internet: www.managementcircle.de/11-73268
 Postanschrift: **Management Circle AG
 Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**
 Telefonzentrale: **+49 (0) 61 96/47 22-0**

