



## PRODUKTMARKETING (3 TAGE)



1 Seminarbewertung(en) | Seminarbewertung hinzufügen

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**.

[Zur Online-Anmeldung](#)

### 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.

**Zur Online-Anmeldung**

### DETAILS

<b>BESTÄTIGUNG/ZERTIFIKAT</b>	Teilnahmebestätigung
<b>TYP</b>	Seminar <b>3 Tage</b>
<b>VERANSTALTER</b>	SGO Business School
<b>INBEGRIFFEN</b>	Dokumentation
<b>ZIELGRUPPE</b>	Marketingleiter, Marketingplaner, Produktmanager

### REFERENT/INNEN



#### SABRINA BÖSCH

Bereichsleiterin Produktmanagement, Trainer  
SGO Business School

Beruflicher Werdegang:

Dipl. Betriebswirtin  
Wirtschaftsmediatorin (BA)  
Leitung Performance Marketing  
Projektmanagerin Online-Agentur  
Teamleiterin Sales Service, Mediaagentur  
Direct Marketing Excellence for Academic Education



#### NORBERT MOOSLECHNER

Bereichsleiter  
SGO Business School

#### Berufliche Entwicklung / Abschlüsse

Bereichsleiter Produktmanagement  
Head of Product Line Management Service contracts  
Senior Sales Manager Customer Service  
Product Line Manager  
Technischer Projektleiter Gasturbinen und Kombikraftwerke  
Performance Test Engineer  
Freelancer/ Projektleiter, Automobilbranche  
Elektrotechniker, Gebäudetechnik und Service  
Geprüfter österreichischer Skilehrer

#### Schwerpunkte

Norbert Mooslechner ist Trainer und Berater mit den folgenden Schwerpunkten:

Produktmanagement  
Produktmarketing  
Produktentwicklung  
Projektplanung  
Projektsteuerung und -führung  
Multiprojektmanagement  
Business Analysis



**FRANZISKA DANIELA WIMMER**

Dozentin  
SGO Business School

### **Berufliche Entwicklung / Abschlüsse**

Dozentin an Fachhochschulen und Businesssschulen  
Geschäftsleitung, Head of Partner Marketing  
Leiterin Business Development  
Kommunikations-, Marketing- und Verkaufsleiterin  
Produkt- und Projektmanagerin  
Junior Consultant  
CAS Methodik und Didaktik  
Quality System Manager SAQ Qualicon  
Master of Economics, Universität Bern und Milano  
Ski-, Eiskunstlauf- und Querflötenlehrerin

### **Schwerpunkte**

Franziska Wimmer ist Trainerin und Beraterin mit den Schwerpunkten:

Marketing und Verkauf  
Integrierte Kommunikation  
Produktmanagement  
Projektmanagement  
Strategische Unternehmensführung  
Grundlagen BWL/WWL

VERANSTALTUNGSORT

SGO Business School, Flughafenstrasse 50, 8152 Glattbrugg ([Lageplan/Routenplaner](#))

**[Zur Online-Anmeldung](#)**

# ANMELDUNG ZUM SEMINAR «PRODUKTMARKETING (3 TAGE)»

Anmelden für das Produktmarketing-Seminar vom \*

\* Pflichtfeld(er)

20.08. bis 22.08.2020 in Glattbrugg -CHF 210.00

## Seminarpreis:\*

CHF 2'100.00

\*Basis-Seminarpreis vor allfälligen Rabatten, Vergünstigungen und Kosten für gewählte Zusatzoptionen.

## Teilnehmerdaten \*

Herr/Frau \*

Vorname \*

Name \*

Funktion \*

E-Mail \*

--	--	--	--	--

## Rechnungsadresse \*

Herr  Frau

Firma:

Vorname:

Nachname:

Strasse / Nr.:

Zusatz:

PLZ:

Ort:

Tel:

E-Mail:

Bitte senden Sie dieses Formular an: [www.seminar-portal.ch](http://www.seminar-portal.ch), Haldenhüslistr. 4, 6102 Malters. Mit der Anmeldung akzeptieren Sie die Allgemeinen Buchungsbedingungen (einsehbar unter: [www.seminar-portal.ch/agb](http://www.seminar-portal.ch/agb))

[Zur Online-Anmeldung](#)