

# Marketing-Lehrgang

## Power für Ihren Marktauftritt



# MARKETING-LEHRGANG

In einem zunehmend rauer werdenden Wettbewerbsklima verkauft sich ein gutes Produkt schon lange nicht mehr von selbst. Es zeigt sich immer öfter, dass Produkte in einem vergleichbaren Markt nur mehr durch zielgerichtetes Marketing erfolgreich werden. Damit wird eine strategische Marktausrichtung immer wichtiger, die erfolgreiche Umsetzung von Aktivitäten unumgänglich. Der Erfolg eines Unternehmens hängt somit entscheidend von seiner Fähigkeit ab, die aktuellen aber auch die zukünftigen Bedürfnisse des Marktes und seiner Teilnehmer/innen zu erkennen und in entsprechende nachhaltige Produkt- und Serviceangebote umzusetzen.

Marketing nimmt dabei eine wichtige Rolle ein. Marketing ist mehr als Werbung. Marketing wird als marktbezogene Unternehmensführung definiert – d.h. vom Markt her denken, für den Markt handeln. Die Umsetzung erfordert, dass jedes Unternehmen die wichtigen Nachfrager und Märkte identifizieren und seine Aktivitäten gezielt darauf ausrichten muss. Marktbezogene Unternehmensführung bedeutet also, dass man vom Markt her denkt und versucht, sich in die Situation des Kunden zu versetzen.

## **Der Markt ist das Maß der Dinge!**

Gekonntes Marketing entscheidet, ob Produkte oder Dienstleistungen auf dem Markt nachgefragt werden. Marketingwissen ist somit sowohl für Verkaufsmitarbeiter, Produktmanager, Marketing- und Vertriebsmitarbeiter sowie Techniker die Basis, damit zufriedene Kunden den Erfolg des Unternehmens garantieren.

“Marketing ist alles“, meinte einst ein bekannter Marketing-Experte. Man kann nicht alles machen, aber man kann lernen, das Wesentliche zu erkennen – und zu steuern. In unserem Marketing-Lehrgang, der auf die Erfordernisse der Praxis abgestimmt ist, werden Ihnen die für die Praxis notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten anschaulich mit modernen Lehrmethoden vermittelt.

## **ZIELE**

Im Marketing-Lehrgang lernen Sie neben fundiertem Grundlagenwissen die wesentlichen Marketinginstrumente des strategischen und operativen Marketings kennen und diese anhand von praktischen Beispielen in der Praxis anzuwenden.

Sie üben das Verhalten im Wettbewerb, sich auf neue Marktanforderungen einzustellen, Marketingziele zu verwirklichen und Kundenorientierung als Maßstab Ihres Handelns zu verstehen. Die so erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten qualifizieren Sie für eine verantwortliche und selbstständige Tätigkeit im Funktionsbereich Marketing.

Sie erstellen ein eigenes (oder firmenbezogenes) Marketingkonzept. Von der Ist-Analyse, Zielsetzung und Strategieauswahl, bis zur Planung der Marketing Mix-Instrumente und deren Umsetzung werden Sie in der Projektbegleitung von Anfang an betreut.

## **Bildungsziele**

- Kennenlernen der Marketinginstrumente im Detail
- Erfahren von Beispielen für erfolgreiches Marketing
- Arbeiten mit aussagekräftigen Marketingkennziffern und Fallbeispielen aus der Praxis
- Kennenlernen der Schnittstellen zwischen Marketing & Controlling
- Erkennen von neuen Trends im Marketing und Management
- Wissen, wie mit Marketing zufriedene Kunden gewonnen werden
- Erfahren, wie Gewinn fürs Unternehmen erwirtschaftet wird
- Trainieren der verschiedenen Marktstrategien sowie deren Auswahl und Einsatz
- Erstellen eines auf die „eigene“ betriebliche Praxis abgestimmten Marketingkonzepts

## NUTZEN

Nach der Absolvierung dieses Lehrganges

- haben Sie umfassendes Marketingwissen, welches Sie unmittelbar und praxisorientiert einsetzen können
- erlangen und vertiefen Sie Ihre Marketingkenntnisse für die Praxis bzw. systematisieren Ihr vorhandenes Wissen
- werden Sie befähigt, ein Marketingkonzept für Ihr (eigenes) Unternehmen zu erstellen
- können Sie die operativen Instrumente des Marketing-Mix in der Praxis analysieren und anwenden
- gewinnen Sie Sicherheit für Ihre Marketingarbeit durch Diskussion praktischer Beispiele und neuester Entwicklungen
- können Sie als Marketing-Verantwortliche maßgeblich dazu beitragen, die geplanten Unternehmensziele zu erreichen und damit Erfolge ins Unternehmen zu bringen

## ZIELGRUPPE

Sie denken an die Gründung eines Unternehmens und möchten sich dafür das notwendige Marketingwissen holen? Sie arbeiten bereits im Marketing und wollen Ihr Anwenderwissen vertiefen und professionalisieren? Sie kommen aus einem ganz anderen Berufsfeld und denken daran, eine wertvolle Zusatzqualifikation zu erwerben? Dann ist der WIFI Marketing-Lehrgang genau die richtige Ausbildung für Sie!

Der Marketing-Lehrgang richtet sich insbesondere an

- Personen ohne Marketingausbildung
- Interessierte, die sich mit Marketing professionalisieren wollen
- Unternehmer und Geschäftsführer von Klein- und Mittelbetrieben
- Assistenten der Geschäftsleitung
- Mitarbeiter im Verkauf / Vertrieb / Marketing
- Mitarbeiter in Vorbereitung auf Marketingaufgaben



## VORAUSSETZUNGEN

- Interesse am Marketing
- Kaufmännisches Grundlagenkenntnisse
- Motivation zur Teilnahme

## ANZUSTREBENDE POSITIONEN

- Verkaufsleiter
- Marketingassistent
- Marketingleiter
- Produktmanager
- Positionen aller Branchen und Unternehmensgrößen, in denen Marketing eine wichtige Rolle spielt: vom Industriebetrieb, über Handwerk, Handel, Tourismus, Dienstleistungen, vom EPU bis zum KMU

## INHALTE

### Einführung in das Marketing

- Die Entwicklung des Marketing
- Skizzierung des Marketing-Konzepts
- Die Marketinginstrumente nach Kotler
- Anwendungsfelder des Marketing und deren Besonderheiten
- Besonderheiten des Konsumgütermarketing
- Besonderheiten des Industriegütermarketing
- Besonderheiten des Dienstleistungsmarketing
- Neuere Entwicklungslinien im Marketing
- CRM und One-to-One-Marketing
- Efficient Consumer Response (ECR) und Category Management
- Marketing im Internet (eCommerce)

## **Umfeld- und Marktbedingungen des Marketings**

- Märkte und Veränderungen der Märkte
- Klärung einiger marktbezogener Begriffe
- Marktbezogene Erfolgsfaktoren – Das PIMS-Modell
- Umwelt-, Umfeld- und Branchenveränderungen
- Veränderungen in den Technologien
- Bereiche technologischer Veränderungen
- Das Internet – Das Medium der Zukunft

## **Märkte und Kaufverhalten**

- Kaufverhalten - Individuelles Kaufverhalten
- Bilder vom Menschen als Konsument
- Hauptströmungen aus der Konsumforschung
- Erklärungsversuche zum Konsumentenverhalten
- Trends im Kundenverhalten
- Kaufverhalten von Organisationen
- Veränderte Sichtweisen im Management

## **Marktforschung**

- Aufgabe der Marktforschung
- Instrumente der Marktforschung
- Messung der Kundenzufriedenheit
- Konzeption eines Marktforschungsprojektes

## **Strategisches Marketing und Aufbau eines strategischen Marketingkonzepts**

- Zusammenhang Strategische Planung – Strategisches Marketing
- Von der Vision über die Strategie zum Marketing-Mix
- Prozess der strategischen Planung
- „Defining the Business“ und Bestimmung strategischer Geschäftsfelder
- Analysen zur Unterstützung des Planungsprozesses
- Externe Analysen: Marktanalyse, Kundenanalyse, Konkurrenzanalyse, Branchenanalyse, Umweltanalyse, Interne Unternehmensanalyse, Trendanalyse, SWOT-Analyse
- Strategische Zielbildung
- Strategiensuche und Bewertung

- Strategieauswahl und Strategieimplementierung
- Strategieumsetzung im Marketing – Marketing-Mix
- Kontrolle der Strategieumsetzung

## **Produkt- und Leistungs politik (Produkte und Dienstleistungen)**

- Grundsätzliche Überlegungen
- Produktbegriff und Gütertypologie
- Programmpolitik
- Positionierung und Zielgruppen
- Instrumente und deren Einsatz
- Produktgestaltung und Produktmodifikation
- Produktinnovation und Innovationsmanagement
- Produktelimination
- Marken
- Verpackung (Packaging)
- Service
- Garantieleistung
- Produkthaftung

## **Kommunikationspolitik: Instrumente und ihre Einsatzmöglichkeiten**

- Grundüberlegungen und Entscheidungsbereiche
- Wahrnehmungswirkung der Werbung
- Instrumente
- Klassische Werbung
- Arten der Werbung
- Inhaltliche Aspekte der Gestaltung von Werbemittel
- Psychologische Aspekte der Gestaltung von Werbemittel
- Werbemittel und Werbeträger
- Mediaplanung
- Werbekonzeption
- Hinweise zur praxisorientierten Werbebudgetierung
- Direkt Marketing und die Instrumente im Direkt Marketing
- Grundlagen für erfolgreiches Direkt Marketing
- Public Relations
- Corporate Identity
- Verkaufsförderung

### **Distributionspolitik**

- Ziele der Distributionspolitik
- Instrumente und deren Einsatz
- Wahl der Distribution –  
Eine strategische Marketingentscheidung
- Absatzwege
- Unternehmenseigene Absatzorgane
- Unternehmensexterne Absatzorgane
- Franchising
- Akquisitions- und Selektionsansätze
- Der persönliche Verkauf
- Verkaufsvorbereitung
- Fragetechnik
- Entlohnungs- und Anreizpolitik im Außendienst
- Der Telefonverkauf
- Messen
- Marketing Logistik

### **Preispolitik**

- Entscheidungsbereiche
- Instrumente und deren Einsatz
- Preispositionierung
- Psychologische Aspekte des Preises
- Methoden der praxisorientierten Preisfestsetzung
- Konditionenpolitik

### **Training Projektpräsentation und Projektbegleitung**

Im Mittelpunkt des Marketing-Lehrgangs steht die Erarbeitung eines individuellen, teilnehmerbezogenen Praxisprojektes (Projektarbeit). Diese bedeutet das „Gestalten von realen Situationen“. In der Projektarbeit soll ein Vorhaben aus Ihrer persönlichen Praxis behandelt werden.

### **TRAINERTEAM**

Im Marketing-Lehrgang treffen Sie auf erfahrene und engagierte Trainer, die neben fundiertem theoretischem Marketing-Know-how vor allem die Marketingpraxis in den Mittelpunkt stellen und Sie bei Ihren individuellen Aufgabenstellungen begleiten.

Unsere Vortragenden haben langjährige Erfahrungen als Trainer und kommen aus der Praxis. Weiters sind sie erfahren in der Gestaltung von Lernprozessen in der Erwachsenenbildung und stehen für eine aktive Teilnehmerorientierung.

Lehrgangsleiter ist Herr Mag. Meinhard Gall, MBA

### **PRÜFUNG UND ABSCHLUSS**

Den Abschluss des Marketing-Lehrgangs bilden die positive Bewertung der Projektarbeit sowie deren erfolgreiche Präsentation.

Alle Absolventen mit positivem Abschluss erhalten ein Zeugnis mit der Gesamtbeurteilung und den Prüfungsfächern mit Stundenumfang auf der Rückseite.

### **ORGANISATORISCHE DETAILS**

#### **Termin**

*Lehrgang:* 16.10.2015-27.02.16

Fr, 18.00-22.00, Sa, 09.00-17.00

*Abschlusspräsentation:* 18.03.16, Fr, ab 14.00

#### **Beitrag und Förderungen**

*Lehrgang:* 1.960 Euro inkl. umfangreicher Unterlagen

*Abschlussprüfung- und präsentation:* 115 Euro

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des WIFI Tirol, nachzulesen im WIFI- Kursbuch oder unter [www.tirol.wifi.at/agb](http://www.tirol.wifi.at/agb)

Informationen zum Thema Förderungen finden Sie auf unserer Homepage unter [www.tirol.wifi.at/foerderungen](http://www.tirol.wifi.at/foerderungen)

# MARKETING-SEMINARE

## MARKETING-MANAGER DIPLOM

Nach erfolgreichem Abschluss des Marketing-Lehrganges haben Sie die Möglichkeit, sich zum Marketing-Manager weiter zu qualifizieren.

Nach dem Besuch von insgesamt 2 Aufbaumodulen (im Ausmaß von insgesamt 4 Seminartagen), die z. B. aus den oben genannten Spezialthemen ausgewählt werden können, wird Ihnen das Diplom zum Marketing-Manager verliehen.



## CRM-PRINZIPIEN NACHHALTIGER KUNDENBINDUNG

*Aufbau und Umsetzung einer klaren Strategie für nachhaltige Kundenbindung.*

Nach welchen Prinzipien funktioniert Kundenbindung? Wann sind Ihnen Kunden treu? Wie können Sie Kunden begeistern? In diesem Seminar erhalten Sie Antworten.

**Termine:** 28.09.15-29.09.15, Mo, Di, 09.00-17.00

10.06.16-11.06.16, Fr, Sa, 09.00-17.00

**Beitrag:** 340 Euro

## SERVICE UND DIENSTLEISTUNGSMARKETING

*Dienstleistungen und Services erfolgreich vermarkten!*

Bin ich schön genug? Wer fliegt mich am besten zu meinen Lieblingsdestinationen, oder habe ich die richtige Versicherung? Mit einem gut durchdachten Dienstleistungsmarketing geben Sie Ihren Kunden darauf die richtige Antworten.

**Termin:** 16.11.15-17.11.15, Mo, Di, 09.00-17.00

**Beitrag:** 335 Euro

## NEUROMARKETING

*Setzen Sie mit Neuromarketing neue Impulse für den Verkauf.*

Sie wollen wissen, wie Ihr Kunde denkt? Sie wollen wissen, warum und wann ein Kunde kauft? Hier erfahren Sie es!

**Termin:** 25.03.16, Fr, 09.00-17.00

**Beitrag:** 205 Euro

## ERFOLGREICHE PRESSE- UND MEDIENARBEIT

Mit gezielter Pressearbeit ist es möglich sich bzw. seinem Unternehmen trotz steigender Informationsflut die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu verschaffen. Sie lernen, das Geschrei der Werbetreibenden gekonnt zu umgehen und gezielt und kostengünstig auf sich aufmerksam zu machen. Ganz nebenbei: Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Image aufzubauen.

**Termine:** 25.09.15, Fr, 09.00-17.00

01.04.16, Fr, 09.00-17.00

**Beitrag:** 205 Euro

## LOW BUDGET MARKETING – SETZE DEINE IDEE IN SZENE

Für alle, die mit wenig Budget viel Wind machen möchten. Zum Beispiel um ein Unternehmen zu gründen, Ihre Idee zu vermarkten, ein Event zu bewerben u. v. m. Dieses Seminar vermittelt das aktuellste Werbe-Know-How & PR-Tricks, um mit wenig (finanziellen) Mitteln zu überzeugen.

**Termin:** 06.11.15, Fr, 09.00-17.00

**Beitrag:** 205 Euro

## EMOTIONAL MARKETING – LASST GEFÜHLE SPRECHEN

Vier Emotionen bestimmen, wem wir vertrauen und was wir mit anderen teilen wollen, was wir unseren Freunden empfehlen und wovon wir sie abhalten wollen.

Wie kann ein Werbetreibender die gewünschte Zielgruppe direkt und an ihre jeweilige Lebenssituation angepasst ansprechen.

**Inhalte:**

- Wie ticken wir Menschen?
- Welche emotionalen Reize werden in der Werbung eingesetzt?
- Persönliche Kommunikation als Schlüssel
- Marketing-Konzepte der „Love Marks“

**Termin:** 20.11.15, Fr, 09.00-17.00

**Beitrag:** 205 Euro

**MARKETING KOMPAKT**

*Marktorientiert denken und handeln!*

Für alle, die an ihrem Arbeitsplatz die Marketingsaufgaben „auch noch miterledigen“ müssen, und all jene, die ins Marketing einsteigen wollen. Ziel dieses Kompaktkurses ist es, durch viele praktische Beispiele und Übungen die Grundlagen des Marketings zu erlernen und die Abläufe der Marketingplanung zu verstehen.

**Termine:** 01.10.15- 02.10.15, Do, Fr, 09.00-17.00  
03.03.16-04.03.16, Do, Fr, 09.00-17.00

**Beitrag:** 320 Euro

**ONLINE MARKETING**

*Nehmen Sie aktiv am Online-Marktplatz teil!*

Im Online-Marketing gelten andere Regeln als im Offline-Marketing. Verstehen Sie als Entscheidungsträger oder interessierter Klein- und Mittelunternehmer auch die Sprache von Web-Spezialisten und setzen wertvolle Tipps und Tricks im Online Marketing selbst um.

**Termine:** 15.10.15-16.10.15, Do, Fr, 09.00-17.00  
17.03.16-18.03.16, Do, Fr, 09.00-17.00

**Beitrag:** 335 Euro

**CROSS-MEDIA MANAGEMENT – DIALOG ÜBER ALLE MEDIEN**

Die Wahl der am besten geeigneten Werbestrategie und ihre Umsetzung entscheiden über den Erfolg eines Unternehmens und seiner Produkte und Dienstleistungen. Der Dialog mit dem Kunden über verschiedenste Kanäle ist zu einer Schlüsselkompetenz geworden, die eine zielgerichtete Ansprache und Interaktion zur Aufgabe hat.

**Termin:** 24.03.16, Do, 09.00-17.00

**Beitrag:** 205 Euro

**SOCIAL MEDIA MARKETING**

*Vernetzen Sie sich mit Ihren Kunden, denn diese tun es bereits!*

Facebook, Twitter, Blogs, YouTube und Co. zwischen Unternehmen und Kunden. In Social Media kann jeder Inhalt produziert und weitergegeben werden. Unser Seminar zeigt Ihnen, wie auch Sie Social Media in Ihrem Unternehmen einsetzen können, wie Sie neue Zielgruppen erreichen und gezielt ansprechen können und was Sie für den erfolgreichen Einsatz berücksichtigen müssen.

**Termine:** 10.11.15-24.11.15, Di, 18.00-21.30  
12.04.16-26.04.16, Di, 18.00-21.30

**Beitrag:** 295 Euro

**MARKETING GEGEN DEN STROM**

Marketing heißt üblicherweise anders als die anderen zu handeln. Kaum jemand ist aber auf das Anderssein vorbereitet. Dieses Seminar stellt die Grundwahrheiten des klassischen Marketings in Frage und öffnet damit den Raum für neue Ansichten und Antworten. Das Seminar ist auch ein Plädoyer an den Hausverstand, dem Fragen wichtiger sind als Antworten, wo Neugierde die relative Sicherheit ersetzt und Phantasie über dem Wissen angesiedelt ist.

**Termin:** 11.04.16-12.04.16, Mo, Di, 09.00-17.00

**Beitrag:** 340 Euro

## IHRE ANSPRECHPARTNERINNEN

### WIFI der Wirtschaftskammer Tirol

Egger-Lienz-Straße 116, 6020 Innsbruck

Karin Klocker

t: 05 90 90 5-7260

e: [karin.klocker@wktirol.at](mailto:karin.klocker@wktirol.at)

Eva Steinlechner

t: 05 90 90 5-7261

e: [eva.steinlechner@wktirol.at](mailto:eva.steinlechner@wktirol.at)

Das WIFI erfüllt seit 1995 die jeweils höchsten Qualitätskriterien im Bildungsbereich.



Um eine gute Lesbarkeit der WIFI-Informationen zu gewährleisten, wird für Berufe, Zielgruppen und Personen eine geschlechtsneutrale Form gewählt.

