

## Umsatzerhöhung durch gezielte Marktbearbeitung und Kundenbindung

Marktbedingungen und Kundenverhalten verändern sich ständig. Wird nicht darauf reagiert und entsprechend gegengesteuert, wird das im Umsatz deutlich.

Jede Branche hat Besonderheiten, das betrifft äußere Einflussfaktoren wie Konjunktur, Preise oder saisonale Schwankungen. Die Logik in der Erarbeitung der Marketingplanung ist gleich. Insbesondere für den Mittelstand ist es wichtig Marketing und Vertrieb effektiv einzusetzen und zu planen, da die dafür notwendigen Ressourcen in der Regel knapp sind.

**Ihr Nutzen:** Wir erstellen mit Ihnen gemeinsam auf der Basis Ihrer Erfahrungen und Besonderheiten das Planungsgerüst. Erfahrungen in der Vertrieboptimierung und in der Marketingplanung sollen gemeinsam mit Ihnen diskutiert und lösungsorientiert behandelt werden.

### **Inhalte**

- Marketing Management Prozess - Systematisierung
- Analysen und Marktinformationen
- Kundenanalyse
- Wettbewerbsanalyse
- Marketingstrategie des Unternehmens
- ( Unternehmensziele und Unternehmensphilosophie )
- Kommunikationsplan, Eckpunkte, Instrumente, Werbewirksamkeit
- Vertriebsplan
- Vertriebsanalyse
- Budgetierung
- Marketingplanung und Kontrolle

**Zielgruppe**                      Geschäftsführer, Marketingleiter, Vertriebsleiter

**Seminardauer**                1 Tag

**Trainer**                        Wolfgang Kolley, Dipl.-Ing. (FH), Dipl.-Kfm. (FH)