

Strategisches Marketing

Analyse & Planung

Abstrakt

Die Marketingstrategie Ihres Unternehmens stellt die Grundlage für weitere Maßnahmen im Relationship Marketing dar. Um die Analogie mit dem Sport zu verwenden, geht es im ersten Schritt darum, die Sportart und das Spielfeld im Sinne der Markt- und Geschäftsfeldabgrenzung festzulegen. In der Folge erfahren Sie mehr über zeigemäße Methoden zur Situationsanalyse und Zielbildung. Die Lücke, die zwischen dem Status (Situation) und den zukünftigen Zielen entsteht wird mit Hilfe einer Strategie überbrückt. In diesem Zusammenhang bietet Ihnen der Kurs eine Auswahl an verschiedenen Vorgehensweisen an. Abschließend haben Sie die Möglichkeit, Ihre Erkenntnisse aus dem Prozess in Form eines strategischen Marketingplans für die Umsetzung im Unternehmen festzuhalten.

Ziele/Nutzen (Nach der Veranstaltung können die Teilnehmer...)

- (1) Geschäftsfelder und Märkte abgrenzen,
- (2) eine Unternehmensanalyse durchführen, verdichten und interpretieren sowie
- (3) nachvollziehbare Ziele setzen und relevante Strategien zur Zielerreichung entwickeln.



Inhalte

- (1) Geschäftsfeld- und Marktabgrenzung
- (2) Situationsanalyse
- (3) Zielbildung
- (4) Strategieentwicklung

Methoden

- Selbststudium: Online Bereitstellung der Inhalte (inkl. Vorlagen und Handbücher)
- Offene Seminare: Teilnehmer aus verschiedenen Unternehmen
- Geschlossene Seminare: Teilnehmer aus einem Unternehmen (kundenindividuelle Lösung)
- Workshops: zur Entwicklung eines strategischen Marketingplanes (programmatische Unterweisung)
- Impulsreferat: 45-Minuten Referat zum Thema

Zeitaufwand (Teilnehmersicht)

- Selbststudium: 6 Tage
- Seminare: 3 Tage
- Workshops: kundenindividuelle Lösung je nach Bedarf
- Impulsreferat: 45 Minuten

Zielgruppe

Zielgruppen sind alle jene, die im Unternehmen mit der strategischen Marketingplanung betraut sind. In erste Linie sollten sich Unternehmer und Manager angesprochen fühlen.