



# Seminar

## Marketing – Basis

29.05. bis 30.05.2012 ( Seminarnummer: 52012 ) in München

26.07. bis 27.07.2012 ( Seminarnummer: 52112 ) in Düsseldorf

20.09. bis 21.09.2012 ( Seminarnummer: 52212 ) in München

15.11. bis 16.11.2012 ( Seminarnummer: 52312 ) in Stuttgart

## Marketing 1 – Basis

### Grundlagenseminar

Optimale Produkte und Dienstleistungen für die jeweiligen Märkte und Branchen anzubieten ist für das Unternehmen absolut erforderlich.

Im Marketingbaisseminar erhalten Sie einen kompakten und professionellen Einstieg für den Umgang mit den Marketingwerkzeugen.

Mit Werkzeugen, Methoden sowie mit praktischen Übungen trainieren und üben Sie die Umsetzung von Marketingmaßnahmen.

#### Ihr Nutzen

In unserem Training

- lernen Sie Werkzeuge für die Markt- und Wettbewerbsbewertung kennen,
- trainieren Sie Instrumente und Marketingstrategien umzusetzen,
- erhalten Sie ein Rüstzeug um Methoden in der Praxis anzuwenden,
- analysieren Sie die Produkte und Dienstleistungen des eigenen Unternehmens,
- bekommen Sie Inhalte zur Umsetzung von Marketingmaßnahmen.

#### Seminarmethoden

Impulsreferate, Praktische Übungen, Gruppenarbeit, Rollenspiele, Praxisorientierte Fallstudien, Diskussionen und Erfahrungsaustausch. Der Praxisbezug des Seminars steht im Vordergrund, so dass erworbene Fähigkeiten problemlos umgesetzt werden können.

#### Zielgruppe

Das Training wendet sich an Mitarbeiter und Verantwortliche die Ihr Marketingwissen festigen, trainieren und erweitern wollen.

## Seminarprogramm ( Überblick )

### *1. Aufgaben, Eigenschaften und Schnittstellen im Marketing*

- Strategisches und operatives Marketing
- Interne Schnittstellen: Vertrieb, Unternehmensleitung, Key Account Management, Produktmanagement
- Wichtige Definitionen im Bereich Marketing
- Der Marketingtrichter – Marketingaufgaben
- Ziele des Marketing

### *2. Wettbewerbs-, Kunden- und Bedarfsanalyse*

- Grundlagen der Marktforschung
- Bewertung und Beschaffung von Datenmaterial
- Marktforschungsergebnisse und deren Rückschlüsse
- Grundlagen Strategische Marketingwerkzeuge
  - Portfolioanalyse, - Produktlebenszyklus, - Benchmarking
- Grundlagen Taktische Marketingwerkzeuge
  - Marketingmix
- Branchenanalyse
- Analyse des Wettbewerbs
  - Produkte, Service und Dienstleistungen

### *3. Analyse des eigenen Unternehmens und deren Produkte / Dienstleistungen*

- Analyse der eigenen Produkte und Dienstleistungen
- Herausarbeiten der Alleinstellungsmerkmale
- Zusammenarbeit mit anderen Schnittstellen: Vertrieb
- Klare Abgrenzung zu den Wettbewerbern

### *4. Instrumente und Strategien im Marketing (Marketing - Mix)*

- Strategische Bereiche des Marketing
  - a. Produkt- und Dienstleistungspolitik
  - b. Kommunikationspolitik
    - Image definieren und transportieren
    - Werbematerial
    - Werbung
    - Innen- und Außenauftritt
- Operative Bereiche des Marketing
  - a. Distributionspolitik
  - b. Kontrahierungspolitik
    - Vertriebskanäle
    - Preispolitik
    - Preisbildung

#### 5. Umsetzung der Marketingmaßnahmen

- Positionierung im Unternehmen
- Meilensteine bei der Umsetzung
- Organisation

#### 6. Besprechung von Praxisfällen der Lehrgangsteilnehmer

- Tipps in der Praxis
- **Nach dem täglichen Seminarende steht der Dozent für ein persönliches Coaching bezüglich praktischen Tipps und Erfahrungen kostenfrei zur Verfügung.**

### Erklärung zu den Modulen

Der vorliegende Basiskurs stellt ein in sich geschlossenes Modul dar.

Aufgrund einer Vielzahl von Kundenwünschen haben wir uns jedoch entschlossen, zusätzlich ein Aufbaumodul anzubieten.

Das Aufbaumodul kann auch separat gebucht werden, ohne dass der Basiskurs vorab belegt wurde. Dieses Modul dient der Weiterqualifikation von schon erfahrenen Vertriebsingenieuren.

### Trainer

MBA, Dipl.- Ing. (TU), Dipl.- Ing. (FH), Betriebswirt **Wolfgang Möckel** ist seit 2008 Geschäftsführer der Mmc GmbH, einer international und national tätigen Unternehmensberatung.

Aktuell schreibt er eine Doktorarbeit zum Thema Innovationsmanagement in der frühen Phase an der TU Ilmenau.

Davor hatte er in den letzten 12 Jahren unterschiedliche Leitungsaufgaben in Funktionen als Geschäftsbereichsleiter, Abteilungsleiter beziehungsweise Niederlassungsleiter im In- und Ausland.

Wolfgang Möckel besitzt langjährige Erfahrung in der disziplinarischen Führung von über 100 Mitarbeitern in der High Tech Industrie.

Zahlreiche Innovationsprojekte wurde von ihm gestartet bzw. in ins Leben gerufen und erfolgreich umgesetzt.

Sehr gerne kann Ihnen ein ausführliches Profil zugesendet werden.

### Teilnahmegebühr und Rabattsystem

Die Teilnahmegebühr beträgt **980,- zzgl. MwSt.** Bei der Buchung eines 2. Teilnehmers wird 10 % Rabatt gewährt. Bei der Buchung weiterer Teilnehmer eines Unternehmens wird 20 % Rabatt berechnet.

### Leistungen

Im Leistungsumfang sind neben dem Training die Tagungsgetränke sowie das Mittagessen enthalten. Ausführliche Unterlagen werden den Teilnehmern am Veranstaltungsort ausgehändigt.



## Zertifikat

Jeder Teilnehmer erhält am Ende des Seminars ein persönliches Teilnahmezertifikat.

## Hotel / Anmeldung

Bei Buchung des Seminars erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Hier ist auch das Tagungshotel mit Kontaktdaten angegeben. Diesbezüglich erhalten Sie bei Nennung des Trainings kostengünstige Konditionen.

## Teilnehmer

Um einen optimalen Lernerfolg zu erhalten, haben wir die Teilnehmerzahl auf **8 Personen** begrenzt.

## Inhouse

Das Seminar kann auch gerne Inhouse durchgeführt werden. Sprechen Sie mit uns!

## Seminarzeiten

1. Tag: 9:30 – 17.30, 2. Tag: 9:00 – ca. 17.00

Dokument: Rev.05/02042012

# Anmeldung



Onlineanmeldung oder

per Post an

**Mmc GmbH**

Wolfratshauer Str.23

D – 82538 Geretsried

oder

per Fax an

**Fax +49 (0)8171 346 542**

Tel. +49 (0)8171/345 958

Mail: [training@mmc-con.com](mailto:training@mmc-con.com)

Internet: [www.mmc-con.com](http://www.mmc-con.com)

Hiermit buche/n ich/wir die Veranstaltung/en:

\_\_\_\_\_  
Titel der Veranstaltung

\_\_\_\_\_  
Seminarnummer

\_\_\_\_\_  
Name des 1. Teilnehmers

\_\_\_\_\_  
Ort und Termin

\_\_\_\_\_  
Titel der Veranstaltung

\_\_\_\_\_  
Name des 2. Teilnehmers

\_\_\_\_\_  
Ort und Termin

\_\_\_\_\_  
Titel der Veranstaltung

\_\_\_\_\_  
Seminarnummer

\_\_\_\_\_  
Name des 3. Teilnehmers

\_\_\_\_\_  
Ort und Termin

Rechnungsanschrift

Firma \_\_\_\_\_

Ansprechpartner \_\_\_\_\_

Funktion im Unternehmen \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ / Ort \_\_\_\_\_

Tel. / E – Mail \_\_\_\_\_

Datum

Unterschrift

## AGB – Schulung

**Teilnahmegebühren:** Die Teilnahmegebühren enthalten: Die Teilnahme am Seminar, Seminarunterlagen sowie die Tagungsgetränke und je Schultag ein Mittagessen. Etwaige Übernachtungskosten sind nicht in den Teilnahmegebühren enthalten. Die Rechnung erhalten Sie beim Seminarbeginn.

**Rücktritt:** Ein Rücktritt ist schriftlich an die obige genannten Daten ( Fax, Adresse ) zuzusenden. Selbstverständlich kann kostenfrei ein Ersatzteilnehmer benannt werden. Anfallende Stornokosten werden wie folgt berechnet:

### Offene Seminare:

1. mehr als 20 Werktagen vor Beginn: keine Gebühren
2. 10 – 20 Werktagen vor Beginn: 50% der Teilnahmegebühren
3. weniger als 10 Werktagen vor Beginn: 100% der Gebühren

### Managementprogramme und Inhouse Seminare:

1. mehr als 30 Werktagen vor Beginn: keine Gebühren
2. 15 – 30 Werktagen vor Beginn: 50% der Teilnahmegebühren
3. weniger als 15 Werktagen vor Beginn: 100% der Gebühren

**Rabattsystem:** Nimmt ein weiterer Teilnehmer derselben Firma an der Schulung teil, wird ein Rabatt von 10% eingeräumt. Weitere Teilnehmer eines Unternehmens erhalten 20% Preisnachlass.

**Sonstiges:** Änderungen zu Inhalt oder Ablauf eines Seminars beziehungsweise der Ersatz angekündigter Dozenten können erfolgen, sofern die Ergebnisse der Veranstaltung gewahrt bleiben. Aus wichtigem Grunde, insbesondere bei Erkrankung des Dozenten oder zu geringer Teilnehmerzahl sind wir jedoch berechtigt, gegen volle Rückerstattung gezahlter Gebühren den Lehrgang zu verschieben oder abzusagen. Darüber hinaus gehende Ansprüche des Kunden können nicht geltend gemacht werden.

**Datenschutz:** Die Teilnehmer werden darauf hingewiesen, dass die erhobenen Daten von der Mmc GmbH in maschineller Form gespeichert und im Rahmen der Zweckbestimmung des Vertragsverhältnisses verarbeitet werden. Vertrauliche Datenbehandlung wird gewährleistet.

Mmc GmbH

Wolfratshauer Str.23

82538 Geretsried Tel. +49 (0)8171 345 958

[www.mmc-con.com](http://www.mmc-con.com)

E-Mail: [training@mmc-con.com](mailto:training@mmc-con.com)