

Workshop Marketing-Basics: „Absolute Kundenorientierung“

Zweitägiger Workshop für Führungs- und Nachwuchsführungskräfte

Der Köder muß dem Fisch schmecken, und nicht dem Angler

Ihre Techniker, Ingenieure, Naturwissenschaftler, Juristen, Vertriebsmitarbeiter (Nicht-Kaufleute) könnten noch erfolgreicher sein und damit auch den Erfolg Ihres Unternehmens sichern und steigern.

Wie das gelingt, erleben die Teilnehmer/-innen in dem Cash Flow & Ko Seminar

Workshop Marketing-Basics: „Absolute Kundenorientierung“

Jeder Funktionsbereich im Unternehmen hat seine eigene **spezifische Denkweise und Terminologie**. Beim Marketing ist vor allem die **Grundhaltung der vollkommenen Kundenorientierung** entscheidend. Diese Marketing-Grundhaltung entscheidet letztlich über den **Erfolg** des ganzen Unternehmens.

Alle Aktivitäten des Unternehmens müssen an den **Bedürfnissen des Kunden** ausgerichtet sein. Nicht, was das Unternehmen kann, ist entscheidend für den Erfolg, sondern, **was der Kunde will**.

Gerade Techniker, Ingenieure, Naturwissenschaftler, Geisteswissenschaftler, Juristen, Vertriebsmitarbeiter etc. haben in ihrer Ausbildung nie erfahren, was eine **Marketing-Grundhaltung** ist und warum sie so wichtig ist. Auch sie müssen den Marketingplan ihres Unternehmens verstehen und bejahen, um sich in ihrer täglichen Arbeit aktiv an seiner Umsetzung beteiligen zu können:

Sie müssen marktorientiert denken und handeln können.

Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte können mit diesem Wissen, das zur betriebswirtschaftlichen Allgemeinbildung zählt, Ihrer Führungsrolle besser gerecht werden.

In Projektgruppen verfolgen heute Kollegen aus verschiedenen Funktionsbereichen ein gemeinsames Ziel. Dies wird in der täglichen Praxis dadurch erschwert, daß die Projekt-Mitglieder unterschiedliche Grundhaltungen haben: die **Marketing-Grundhaltung** fehlt oft sehr vielen.

Aufgrund der speziellen Marketing-Terminologie sind auch kommunikative Mißverständnisse vorprogrammiert.

Der Köder muß dem Fisch schmecken, und nicht dem Angler

an diesem „Angelwettbewerb“ muß sich jeder Mitarbeiter aktiv beteiligen: bei Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung.

Warum soll ein Mitarbeiter an diesem Seminar teilnehmen?

Welchen Nutzen hat er?

Welchen Nutzen hat das Unternehmen?

Um für sein Unternehmen erfolgreich zu handeln, ist es unabdingbar,

- **kundengerechte** Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln (Techniker, Ingenieure, Naturwissenschaftler),
- **kundenorientiert** zu handeln (Techniker, Ingenieure, Naturwissenschaftler, Vertriebsmitarbeiter),
- **kundengerechte** Preise zu entwickeln (Kaufleute),
- **kundenfreundliche** Kommunikation vor, während und nach dem Kauf zu betreiben (alle Nicht-Kaufleute),
- **Kundenwünsche optimal zu erfüllen** (Nicht-Kaufleute und Kaufleute) durch entsprechend abgestimmte interne Abläufe in Einkauf, Konstruktion, Produktion, Organisation, Forschung und Entwicklung sowie Vertrieb.

In diesem Seminar werden Grundbegriffe vermittelt und eine unternehmerische Denkhaltung entwickelt, die den Markt mit seinen Kunden, Wettbewerbern und Rahmenbedingungen in den Mittelpunkt rückt.

Einbettung der Inhalte in **eine durchgängige Fallstudie** garantiert den Teilnehmern die Verinnerlichung der Marketing-Grundhaltung und damit Erhalt und Steigerung des Unternehmenserfolges.

Absolute Kundenorientierung

Zweitägiger Workshop Marketing-Basics

für Führungs- und Nachwuchsführungskräfte aller Funktionsbereiche

Jeder im Unternehmen muß die Denkhaltung der „absoluten Kundenorientierung“
verinnerlichen und praktisch umsetzen können und wollen !

Inhalte des Workshops

Block 1 : Strategie-Entwicklung

Lageanalyse, kritische Erfolgsfaktoren, Segmentierung, Positionierung, CRM

Block 2 : Marketing-Instrumente

Produkt (Nutzenarten; Qualität und Innovation; Zusatznutzen und Marke;
Differenzierung der Leistung gegenüber der Konkurrenz, Erhöhung und
Bewahrung ihrer Qualität, Erhöhung von Produktivität/Wirtschaftlichkeit)

Preis (interne und externe Einflußfaktoren bei Preisentscheidungen;
Preisuntergrenzen; Preiselastizität; Fixkosten-Degression; Kalkulation)

Distribution (Vertriebswege; Außendienst; Absatzmittler)

Kommunikation (Information und Überzeugung durch Verkaufsförderungsinstrumente
wie Werbung, Sales Promotion, PR, persönlichen Verkauf etc.)

Block 3 : Motivation und Überzeugung in Führung und Verkauf nach Prof. Dr. Werner Correll

Der Wirtschaftspsychologe Werner Correll studierte Psychologie und andere Fächer an der Universität Tübingen. Nach Abschluß seines Studiums übernahm er verschiedene Lehrtätigkeiten an namhaften deutschen und amerikanischen Hochschulen (u.a. Harvard). 1964 wurde er ordentlicher Professor für Psychologie an der Universität Gießen. Seitdem befaßt er sich hauptsächlich mit den Themen Führungs- und Überzeugungspsychologie, Streßmanagement und Motivation. Seine motivationspsychologischen Untersuchungen und darauf aufbauende Führungsstrategien haben zunehmend auch internationale Anwendung in Wirtschaft und Politik erfahren. Seine Publikationen: 35 Bücher und ca. 250 Veröffentlichungen in Fachzeitschriften.

Erarbeitung und Umsetzung des Stoffes erfolgt in einer durchgängigen Fallstudie

Analysebogen zur Selbsteinschätzung des Teilnehmers

**Workshop Marketing-Basics: „Absolute Kundenorientierung“
für Führungs- und Nachwuchsführungskräfte aller Funktionsbereiche**

Bitte prüfen Sie selbst durch Ankreuzen, ob Sie die folgenden Begriffe in ihrer Definition exakt verstehen sowie in praktische Situationen/Beispiele einordnen können.

Begriff	ja	ungefähr	nein
Markt und Marktteilnehmer Käufer-/Verkäufermarkt Marketing			
Bedürfnisse Bedarf Nachfrage			
Marketingziele Marketingstrategie Strategische Erfolgsfaktoren			
Marktsegmentierung USP und SWOT-Analyse Positionierung			
Produktlebenszyklus Portfolioanalyse Abschöpfungs- und Penetrationsstrategie			
Preisdifferenzierung Diversifikation Distributionspolitik			
CRM - Customer Relationship Management Kommunikationsinstrumente AIDA-Formel			
Promotion Verkaufsförderung Public Relations Marketing-Mix			

Wenn Sie fünf oder mehr Begriffe mit ungefähr oder nein angekreuzt haben, werden Sie in diesem Seminar einen Wissensvorsprung erwerben, den Sie direkt in die Praxis umsetzen.