

Zertifizierter Lehrgang

Marketing Management

Das neuste Marketing Know-how für Marketers

- **Marketing Management von Morgen**
Veränderte Dimensionen für den Markt und das Marketing
- **Customer Relationship und Experience Management**
Die Schlüsselfaktoren für eine erfolgreiche Umsetzung in die Praxis
- **Neue Kommunikationswege für B2C und B2B**
Von aktuellen Trends zur integrierten Kommunikation
- **Die Kraft des Brandings**
Mit modernen Branding-Strategien Mehrwert generieren
- **Innovationsmanagement und Marketingtrends**
Blue Ocean Strategy, Multisensory Marketing und Tipping Points

12. – 16. März 2007

17. – 21. September 2007

International Business School



LERNEN ALS WEG

Werden Sie offensiv!

Die Herausforderungen von Morgen zwingen die Unternehmen umzudenken und ihr Marketing neu auszurichten.

Unternehmen können sich nur durch dauerhafte Attraktivität ihrer Marken von der im Markt praktizierten Niedrigpreispolitik abwenden. Die klassische Massenkommunikation stösst an ihre Grenzen, Produkte und Dienstleistungen sind austauschbar geworden und wir bewegen uns in einer Multioptionsgesellschaft.

Mit umsetzungsrelevanten Inhalten werden Sie nach diesem Lehrgang fit sein für die aktuellen und künftigen Herausforderungen des Marktes.

Zielgruppe

- Führungskräfte im Marketing und Verkauf
- Strategische Entscheidungsträger

Sie sind direkt in der Ausarbeitung der Marketing-Strategien involviert und suchen das aktuellste Wissen und Tools.

Arbeitsmethode

Dozenten und Experten aus der Praxis vermitteln den Stoff aus einer Kombination von interaktiven Referaten, Erfahrungsaustausch und Fallstudien. In verschiedenen Gruppen-Workshops erarbeiten Sie Lösungswege zu praxisnahen Fallstudien, die Ihnen im Vorfeld gemeinsam mit Fachartikeln zugesandt werden. Um den Transfer Ihrer Learnings zu garantieren, werden Sie am Freitag in einem Umsetzungsworkshop an Lösungen zu einer konkreten Problemstellung aus Ihrem Berufsalltag arbeiten.

«Praxisnah, innovativ und sehr gute Referenten»

*Marko Bussat
Geschäftsführer
Real Estate Individual Solution, Wiesbaden*

«Viele gute und erprobte Ideen aus unterschiedlichen Branchen, die praxisnah umgesetzt werden können.»

*Alfred Müller
Marketing Manager
Robert Bosch GmbH, Schwieberdingen*

ZfU-Faculty

Roland Bernhard

ZfU Associate-Faculty; Lehrauftrag für Innovationsmanagement, Leiter der Schweizer Niederlassung der globalen Management Beratungsfirma Prophet. Vorher u.a. Board Member mit internationaler Verantwortung in Marketing & Innovationsmanagement bei Coca-Cola Company und Red Bull GmbH. MBA der Duke University.

Prof. Dr. Christian Blümelhuber

ZfU Core-Faculty; Lehrauftrag für Dienstleistungsmarketing und Markenführung, Inhaber des Inbev-Baillet Latour Lehrstuhls für Euromarketing an der Université Libre de Bruxelles. Associate Director des "Center on Global Brand Leadership", Ludwig-Maximilians-Universität, München.

Dr. Christian Huld

ZfU Associate-Faculty; Lehrauftrag für strategisches Direkt-Marketing, Dr. oec. HSG, Geschäftsführer der RBC Consulting AG, Fachbuch-Autor und Verfasser von zahlreichen Artikeln rund um die Themen „Database-, Direkt- und Beziehungs-Marketing“. Er ist Jurymitglied des DM-Award in der Schweiz.

Prof. Dr. Reinhold Rapp

ZfU Core-Faculty, Lehrstuhl für Relation Marketing, Dozent und Professor an verschiedenen international renommierten Business Schools, u.a. hält er einen Lehrauftrag an der Cranfield University/School of Management. Er gilt als der führende Experte auf dem Gebiet CRM im deutschsprachigen Raum.

Julian Wicht

ZfU Visiting-Faculty; Bereichsleiter Marketing, ASSTEL Versicherungsgruppe, Köln. Früher Leiter Marketing, HP Hewlett-Packard GmbH, München. Zuvor in leitender Stellung bei Compaq, Dell und Motorola.

Zertifizierter Lehrgang Marketing Management

Themen/Lernziele

- Strategisches Marketing und Planung
- Pricing
- CRM und CEM (Customer Experience Mgmt)
- Integrierte Marketing-Kommunikation
- Strategisches Direkt-Marketing
- Kommunikationstrends
- Innovationsmanagement
- Marketingtrends
- Branding

1. Tag: **Marketing-Management**

- Veränderte Dimensionen für den Markt und das Marketing
- Wie Sie langfristige Wettbewerbsvorteile erzeugen können
- Market Value Innovation
- Vom Head-to-Head Wettbewerb zur Schaffung von neuen Märkten
- Der Schlüssel für die Entdeckung einer neuen Wertkurve
- Power Pricing
- Praxis Case Harley Davidson

Reinhold Rapp

2. Tag: **CRM in der Praxis**

- Zentrale Herausforderung im CRM: Wert, Organisation und Prozesse
- Kundenorientierung als Verhaltensgrundlage
- Wechselwirkung von CRM und Economic Value Added
- Management der Kundenexperience
- Konzeptionelle Ausgestaltung
- Identifikation der Kundenprozesse
- Wertorientierte Planung und Steuerung der Beziehungsprozesse

Reinhold Rapp

3. Tag Morgen: **Integrierte Marketing-Kommunikation**

- Wie erreiche ich einen idealen Mix der verschiedenen Marketing Tools und wie kann der Erfolg gemessen werden?
- Integration der neuen Kommunikationsformen
- Welches sind die erfolgreichen Organisationsformen und Konzepte?
- Einsatz innovativer Kampagnen am Beispiel verschiedener Praxiscases

Julian Wicht

Einstiegs-/Zielniveau

Sie suchen als Marketing Manager einen umfassenden Überblick über das neueste Marketing-Know-How und umsetzbare Methoden, um wertsteigernden Nutzen aus der jetzigen Wirtschaftslage für Sie und Ihre Kunden zu ziehen. Dieser Lehrgang hilft Ihnen ■ Ihre Marketing-Strategien ganzheitlich und offensiv unter neue Gesichtspunkte zu stellen ■ die strategisch relevanten Massnahmen zu bündeln und positive Resultate in gesättigten Märkten zu erzielen.

3. Tag Nachmittag: **Strategisches Direkt-Marketing**

- Kein CRM ohne Dialog- und Direkt-Marketing
- Modernes Direkt-Marketing für B2C und B2B
- Die kritischen Erfolgsfaktoren der direkten Kommunikation
- Vom Planungsprozess zur Umsetzung
- Trends und Entwicklungen im Direkt-Marketing
- Best Practice Beispiele aus unterschiedlichen Branchen

Christian Huld

4. Tag Morgen: **Innovationsmanagement**

- Wie wird systematisch eine Innovation kreiert?
- Vier Strategien zur Eroberung 'blauer Ozeane'
- Nichtkunden als neue Zielgruppe erschliessen
- Welche Innovation passt zu Ihrer Firma?

4. Tag Nachmittag: **Marketingtrends**

- Mobile Marketing
- Multisensory Marketing
- Tipping Point
- Customer Experience Management

Roland Bernhard

5. Tag: **Branding**

- Die Kraft der Marke
- Brand Equity, Brand Patterns, Brand Value
- Die Wechselwirkung von Produktwert zu Markenwert zu Beziehungswert
- BrandID – die 3 Ebenen jeder Marke
- 360 Grad Branding – das Konzept zum integrierten Markenerlebnis
- Markenidentität: Wofür steht die Marke?

Christian Blümelhuber

Umsetzungsworkshop

- Erarbeitung von Lösungen zu einer Problemstellung aus Ihrem Berufsalltag

Preis

ZfU-Mitglieder CHF 5440.–/EUR 3510.–
Standardpreis CHF 5850.–/EUR 3780.–

Inbegriffen sind 5 Mittagessen, 1 Networking-Event am Montag, Pausengetränke und eine ausführliche Semindokumentation. Besuchen mehrere Personen des gleichen Unternehmens denselben Seminartermin, erhält jeder weitere Teilnehmer 15% Ermässigung.

Annullations: Gemäss AGB (www.zfu.ch/agb)

ZfU-Alumni: An dieser Veranstaltung werden bis zu 250 Weiterbildungs-Credits angerechnet (**1 Credit = 1 CHF**).

Beratung / Kontakt

Sonja Roos, lic.oec.publ., Projektleiterin
Kompetenz-Zentrum Marketing & Vertrieb
Tel: +41 44 722 85 20
e-mail: sonja.roos@zfu.ch

Standard-Literatur

Ergänzend zum Lehrgang empfiehlt die Faculty des ZfU folgende Fachliteratur:

Titel: **Offensives Marketing**
Autoren: Anton Meyer/Hugh J. Davidson
ISBN: 3-448-04093-2

Das Buch können Sie über den ZfU-Buchshop (Tel. +41 44 722 85 44) bestellen.

Veranstaltungsort

Panorama Resort & Spa ****
CH-8835 Feusisberg am Zürichsee
Tel. +41 1 786 00 00; www.panoramaresort.ch

Transfer: PW: 35min. ab Zürich / ÖV: 100min. ab Zürich Airport
Zimmerpreis: ab CHF 225.–/EUR 145.– (inkl. Wellness/Seeseite); ab CHF 175.–/EUR 113.– (exkl. Wellness/Bergseite)

Dauer und Arbeitszeiten

08.30 – 18.00 Uhr
Beginn Montag: 09.00 Uhr
Ende Freitag: 17.00 Uhr
Montag Abend: Networking-Event

Medienpartner

persönlich
BEI UNSCHENKEN & MANNING COMMUNICATIONS

„persönlich“ ist die Zeitschrift für Unternehmensleiter mit Schwerpunkt Marketing. Als Medienpartner der GfM-Gesellschaft für Marketing erreicht „persönlich“ die CEOs der grössten Unternehmen der Schweiz. Infos & Abos: www.persoendlich.com.

Anmeldung Marketing Management - zertifizierter Lehrgang

So geht's am schnellsten: **Visitenkarte anheften & faxen: +41 44 722 85 86**
oder via Internet: www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/mmlt.htm

<input type="checkbox"/> Herr <input type="checkbox"/> Frau	Name/Vorname
Firma	
Telefon/Fax	E-Mail
Funktion/ Abteilung	
Strasse/ Postfach	Dies ist <input type="checkbox"/> Firmenadresse <input type="checkbox"/> Privatadresse
Land/PLZ/Ort	

Datum – Ich nehme an folgendem Datum teil:

12. – 16. März 2007 17. – 21. September 2007

Hotelzimmer-Reservation

EZ / DZ von bis

MMLT 8/06 ro

6937