

KURSBESCHREIBUNG

CHV040 – Marketing – Grundlagen

Kursziel

Die Teilnehmenden erhalten eine Einführung in die Marketing-Grundlagen. Sie lernen, wie eine Marketing-Strategie sowie ein Marketing Mix entwickelt und ein Aktionsplan implementiert wird. Der Kurs vermittelt zudem die Bedeutung von Marketing für ABB.

Wesentliche Lernziele

Nach Abschluss des Kurses sind die Teilnehmenden in der Lage

- ein Marketingkonzept für ihr eigenes Geschäft zu erstellen, d.h. ihren Markt zu analysieren, ihre Marketing-Strategie zu entwickeln sowie ihren Marketing Mix zusammenzustellen
- die Bedeutung von Marketing für ABB und dessen Einbettung in die Divisions- und Geschäftsfelder-Businesspläne aufzuzeigen.

Profil der Teilnehmenden

Im Investitionsgüter-, Industriegüter- und Dienstleistungsgeschäft tätiges Marketing-, Verkaufs- und Servicepersonal.

Vorraussetzungen

Wenig bis umfangreiche Erfahrungen in der Vermarktung und im Verkauf von Investitionsgütern und Dienstleistungen.

Inhalte

- Einführung
Was ist Marketing / Unterschiede Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Dienstleistungs-Marketing sowie Unterschiede des Marketings für Standardprodukte/Komponenten gegenüber dem Marketing für Anlagen
- Analyse der Ausgangslage
Umwelt (Chancen und Gefahren), eigenes Unternehmen (Stärken und Schwächen)
- Entwicklung der Marketing-Strategie
Ziele, Segmente und Teilmärkte, Wettbewerbsstrategie, Marktbearbeitungsstrategie

- Entwicklung des Marketing Mix
Marktleistung (Product), Preis (Price), Marktbearbeitung (Promotion), Distribution (Place), Dienstleistungserbringer (Person)
- Schwerpunkt Industriegüter-Marketing
*Produktgestaltung (Markteinführung eines neuen Produkts, Bedeutung der After Sales Services)
Preisgestaltung (Pricing in umkämpften Märkten)
Kommunikation/Verkauf (Buying Center-Ansatz, d.h. eine Methode zur Analyse und für die optimale Betreuung der Ansprechpartner in Kundenunternehmen bei komplexen Entscheidungssituationen)
Distribution (Betreuung interner und externer Verkaufskanäle)*
- Implementierung des Aktionsplanes und Kontrolle
Ausführung und Überwachung des Aktionsplanes

Kursform

Dies ist ein face-to-face Klassenzimmertraining mit mind. 10 und max. 16 Teilnehmenden.

Lernmethoden und Werkzeuge

Lehrvorträge, angewandte Beispiele, kurze Fallstudien, Workshops und Diskussionen. Bitte bringen Sie einen **Laptop** oder ein Tablet mit, um Zugang zur Kursdokumentation zu haben.

Dauer

2 Tage