



3 Module – getrennt buchbar

www.zfu.ch

Marketing Management: Lehrgang mit Zertifikat

Anders! Denn Andere gibt es schon genug

Themenschwerpunkte

- **Klare Differenzierung & starke Positionierung**
Die Erfolgs-Muster im Marketing der Zukunft verstehen
- **Gehirngerechtes Marketing**
Wie man sich im Gedächtnis der Kunden verankert
- **Intelligentes Marken-Management**
Mehr Bekanntheit und Attraktivität – auch mit kleinen Budgets zur Nr. 1 werden
- **Der Weg von zufriedenen zu begeisterten Kunden**
Mit einem ganzheitlichen Touch-Point-Management ein profitables Beziehungsnetzwerk aufbauen

Ihr Nutzen

- Sie erkennen, wie Sie mit aussergewöhnlichen Positionierungsansätzen systematisch neue Marktpotenziale erschliessen und den Profit steigern.
- Sie verstehen, wie Sie mit Wissen über die drei Gedächtnis-Systeme bei Ihren Kunden in Erinnerung bleiben und nachhaltig erfolgreicher werden.
- Sie entdecken das Wachstumspotenzial Ihrer Marke auch mit kleinen Budgets und nutzen die Chancen des Social Web.
- Sie erkennen die zentralen Stellhebel für eine erfolgreiche Implementierung von umfassenden Customer Focus-Initiativen und erhalten Einsicht in die Praxis von führenden Unternehmen.

Teilnehmer

Führungs- und Fachkräfte im Marketing, Marketingleiter, Brandmanager, Produktmanager, Geschäftsführer und Inhaber, welche direkt in die Ausarbeitung der Marketing-Strategie involviert sind und das aktuellste Wissen und praxiserprobte Tools suchen, um sich in gesättigten und turbulenten Märkten auch in Zukunft erfolgreich behaupten zu können.

Am Seminar profitieren Sie nicht nur von den Inputs der ZfU Referenten, sondern auch von den Erfahrungen der anderen Teilnehmer und erweitern so Ihr berufliches Beziehungsnetz.



Melden Sie sich provisorisch und unverbindlich für Ihren Wunschtermin an. Wir überwachen die Teilnehmerzahl und melden uns bei Ihnen, wenn die Plätze knapp werden.

Modul 1: Prof. Dr. Christian Blümelhuber: „Long Tail“ an Ideen & Konzepten

Tag 1

09.00 – 18.00 Uhr

Differenzierung & Positionierung: Anders! – Denn Andere gibt's schon genug • Frische Ideen für neue Märkte • Den Kampf um die Aufmerksamkeit für sich gewinnen • The Sperm-Strategy: Das aussergewöhnliche Konzept der Multiplikation • Die magischen Zahlen des Marketings • Customer Experience: Auch den eigenen Kunden einen Schritt voraus sein • Mit unvergesslichen Erlebnissen die Kunden nachhaltig begeistern • Seriell! Den Basis-Code unseres Zeitalters als serielles Prinzip verstehen

Prof. Dr. Christian Blümelhuber

Tag 2

08.30 – 18.00 Uhr

Gehirngerechtes Marketing: Sich im Gedächtnis der Kunden verankern • Mit neuen Denkstrategien Marktpotenziale erschliessen • Top of Mind Awareness – Nummer 1 im Kopf des Kunden • Points of Parity und Points of Difference: Kundenerwartungen ermitteln und übertreffen • Best Practice: Maurice de Mauriac • Einzigartige Erlebnisse schaffen und Kunden individuell ansprechen • Neue Märkte durch neue Kundenbedürfnisse erschliessen • Customer Equity – Erhöhung des Kundenwertes als zentrales Marketingziel

Prof. Dr. Christian Blümelhuber

Modul 2: Marken-Management: Der intelligente Weg zur Nr. 1

Tag 3

09.00 – 18.00 Uhr

• Intelligente Markenstrategie für mehr Umsatz und Marktanteile • Warum Oberflächenmarketing nie zum Ziel führen wird • Analyse Ihres Markengeheimnisses: Positionieren Sie Marken nach ihren Kernwerten (Einzigartigkeit) • Der Weg zur Nr. 1 Position: Kategorie, Kriterium und Bezugssystem • Anziehungskraft und Bekanntheit, bzw. wo verdienen Sie mit Ihrer Marke Geld? • Web 3.0: Do's and Don'ts in der digitalen Markenführung • Das Internet als Ressource für Ihr kostengünstiges Markenwachstum • Die erfolgreichen Marken-Strategien im Web

Marken-Kontaktpunkt-Management als grundlegendes Instrument der Markenführung

- Die Wahrnehmungsschleuse zum Markenvertrauen
- Risiken schlecht geführter Markenkontaktpunkte und die Auswirkungen auf die Gesamtleistung der Marke
- Werte dort vermitteln, wo es zählt • Markenwachstum: Wie Sie Ihre Marke gezielt weiter stärken • Wie Sie das ungenutzte Wachstumspotenzial erkennen und ausschöpfen • Marken-Community: Aktivieren Sie Ihre Fans zur Stärkung Ihrer Marke • Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren für Wachstum durch Marken – auch ohne grosse Budgets

Klaus-Dieter Koch

Modul 3: Customer Experience Management: Mit System zur Kundenbegeisterung

Tag 4

09.00 – 18.00 Uhr

- Ganzheitliches Touchpoint-Management: Die erfolgreiche Kundenorientierung • Wie Sie die wichtigsten Kontaktpunkte gezielt identifizieren, evaluieren und nutzen • Workshop: Customer Focus • Wie Sie realistische Ziele im Sinne eines umfassenden Customer Focus setzen • Kundenwertanalyse: Die wirklich relevanten Kennzahlen im Kundenbindungs-Prozess erheben • Best Practice: Allianz Versicherung • Kundendaten: Friedhof oder Goldgrube? • Der Wow-Effekt und die Auswirkungen auf Cross- und Upselling, Stornoverhalten und Neukunden-Gewinnung

Prof. Dr. Nils Hafner

Tag 5

08.30 – ca. 17.30 Uhr

- Kundenorientierung in schlagkräftige Organisations-Strukturen und Kulturen übersetzen • Welche Punkte Sie beim Aufstellen der internen Organisationsstruktur beachten müssen • Wie Sie abteilungsübergreifende Prozesse managen • Wie Sie ein tragendes Beziehungsnetz zu Ihren Kunden aufbauen und pflegen • Best Practice: Swisscom • Den Kunden im Unternehmen sichtbar und spürbar machen • Total Customer Satisfaction • Kundenloyalität & Mitarbeiterführung: Mitarbeiter als Vertrauensvermittler • Wie Sie konsequente Kundenorientierung in allen Hierarchiestufen verankern und zum Tragen bringen • Social Media und Communities: Blogging, Social CRM und die neue Macht des Kunden

Prof. Dr. Nils Hafner

Referenten / ZfU Core Faculty



Prof. Dr. Christian Blümelhuber; Lehrauftrag für innovatives Marketing; 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. In seiner Forschung und Praxisprojekten beschäftigt er sich u.a. mit Marketing-Innovationen und Zukunftswissen.



Klaus-Dieter Koch; Lehrauftrag für Markenführung und Corporate Branding; Gründer und Managing Partner von Brand:Trust, Brand Strategy Consultants, Nürnberg. Er ist international als Experte im Bereich Managementberatung zur Steigerung der Markenbegehrlichkeit tätig. Als Referent, Hochschuldozent, Kolumnist und Buchautor unterrichtet er an verschiedenen Hochschulen und Business Schools. Spezialisiert auf Entwicklung und Implementierung von Markenstrategien berät Klaus-Dieter Koch seit 25 Jahren Mittelständige- sowie Grossunternehmen (u.a. Credit Suisse, Julius Meinl, Emmi, BASF, Kitzbühel) im gesamten europäischen Raum.



Prof. Dr. Nils Hafner; Leiter des Customer Competencies Institut in Kreuzlingen. Nils Hafner gilt als internationaler Experte im Bereich Aufbau von Kundenbeziehungen und berät Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Er leitet den Bereich “Customer Focus” am Institut für Finanzdienstleistungen Zug der Hochschule Luzern und ist Dozent an diversen renommierten Hochschulen.

Referenten / Best Practice

Daniel Dreifuss

Geschäftsführer Uhrenmanufaktur Maurice de Mauriac

Herwig Wöhs

Head of CRM Systems and Research Allianz Österreich

Pierre-Luc Marilley

Verkaufsleiter Privatkunden Swisscom (Schweiz) AG

Preise

Gesamtlehrgang (5 Tage):

ZfU-Mitglieder CHF 5530.–/EUR 4610.–

Standardpreis CHF 5950.–/EUR 4960.–

Einzelbuchung Modul 1 (2 Tage):

ZfU-Mitglieder CHF 2860.–/EUR 2385.–

Standardpreis CHF 3080.–/EUR 2570.–

Einzelbuchung Modul 2 (1 Tag):

ZfU-Mitglieder CHF 1190.–/EUR 990.–

Standardpreis CHF 1280.–/EUR 1070.–

Einzelbuchung Modul 3 (2 Tage):

ZfU-Mitglieder CHF 2670.–/EUR 2255.–

Standardpreis CHF 2880.–/EUR 2400.–

Weiterbildungs-Credits: An dieser Veranstaltung werden bis zu 250 Weiterbildungs-Credits angerechnet (1 Credit = 1 CHF). Ihren Weiterbildungscredit-Saldo finden Sie auf www.myzfu.ch!

Im Seminarpreis inbegriffen sind die Mittagessen, Pausenverpflegungen, das Arbeitsheft sowie der unbeschränkte Zugang zur Seminardokumentation als E-Book.

Besuchen mehrere Personen des gleichen Unternehmens denselben Seminartermin, erhält jeder weitere Teilnehmer 15% Ermässigung. Annullationsbedingungen: www.zfu.ch/agb.

Termine

Modul 1: 20. – 21. April 2015

Modul 2: 22. April 2015

Modul 3: 23. – 24. April 2015

+ Veranstaltungsort Schweiz

Hotel Belvoir ****

Säumerstrasse 37, CH-8803 Rüschlikon am Zürichsee

Tel. + 41 44 704 64 64; www.belvoirhotel.ch

Transfer: PW: 5min. ab Zürich / ÖV: 45min. ab Zürich Airport

Einzelzimmerpreise: ab CHF 225.–/EUR 187.–

Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer zu unseren Spezialkonditionen.

Beratung / Kontakt



Martin Eisenring
Program Manager
Marketing & Sales-Academy
Tel. +41 44 722 85 06
E-Mail: martin.eisenring@zfu.ch

☐ Ich melde mich **definitiv** an.

☐ Ich melde mich **provisorisch und unverbindlich** für meinen unten angekreuzten Wunschtermin an. Das ZfU Customer Care Center überwacht die Teilnehmerzahl und meldet sich bei mir, wenn die Plätze knapp werden.

Anmeldung

Fax: Talon ausfüllen oder **Visitenkarte** anheften & faxen an **+41 44 722 85 86**

Telefon: Customer Care Center **+41 44 722 85 00**

Internet: www.zfu.ch/mml.htm

☐ Herr	☐ Frau	Name/Vorname			
Firma		☐ Firmenadresse ☐ Privatadresse			
Telefon/Mobile/Fax					
E-Mail					
Funktion/Abteilung					
Strasse/Postfach/Ort					
Gesamtlehrgang (5 Tage)		Modul 1 (2 Tage)		Modul 2 (1 Tag)	
Datum ☐ 20. April – 24. April 2015		☐ 20. – 21. April 2015		☐ 22. April 2015	
☐ Zertifikat (+ CHF 250.–/EUR 210.–)					
Ja, ich möchte ein Hotelzimmer reservieren: ☐ Einzelzimmer ☐ Doppelzimmer von _____ bis _____					