

PRODUKTMANAGEMENT - MARKT- UND KUNDENORIENTIERUNG FÜR PRODUKTMANAGER

Baustein I

Dauer: 3 Tage

Nr.: 1059

Durchführungsart: Präsenztraining

Preis: 1.590,00 € (netto) / 1.892,10 € inkl. 19% MwSt.

Zielgruppe: Führungskräfte, die eine Produktmanagement-Organisation planen, Junior-PM, alle Mitarbeiter, die aktuell oder zukünftig Aufgaben im Produktmanagement haben.

Schulungsmethode: Vortrag, Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion, Fallbeispiele.

Voraussetzungen: Keine speziellen Kenntnisse.



Produktmanager sind Unternehmer im Unternehmen. Ihre Aufgabe ist es, Produkte erfolgreich und profitabel zu steuern, strategisch und operativ. In diesem Seminar erlernen Sie moderne, praxiserprobte Instrumente für Produktmanager. Sie wissen, wann welche Entscheidungen im Produktmanagement erforderlich sind, und kennen Analyse-, Innovations- und Planungsmethoden, um diese Entscheidungen auf eine sichere Basis zu stellen und zukunftsweisend zu treffen.

Sie sind sich Ihrer Rolle als Produktmanager bewusst und können sich klar positionieren. Sie kennen die Schnittstellen im Unternehmen und zum Markt, lernen "Customer Centricity" und agile Denkweisen in der Produktentwicklung zu nutzen und können sich als marktnaher Partner präsentieren. Dadurch werden Sie zum Motor und zur Antriebskraft in Ihrem Unternehmen.

Dieses Seminar ist die ideale Voraussetzung zur Personenzertifizierung „Certified Product Manager (ISMI)“, mit der Sie Ihre Kompetenz im

Produktmanagement dokumentieren können.

Unsere Lernplattform LearningHub @Cegos ist Bestandteil dieses Präsenzseminars. Neben den digitalen Seminarunterlagen ist das Training um weitere Lernformate und Medien angereichert. Um einen nachhaltigen Wissenstransfer in den Arbeitsalltag zu erzielen, wird das Seminar nach unserem 4REAL-Vorgehensmodell umgesetzt.

Programm

Produktmanagement:

- Aufgabenstellung & Funktion
- Rollen der Produktmanager
- Historie & organisatorische Einbindung

Produktinnovation und Markenmanagement:

- Trendforschung
- Markenführung
- Innovationsmethoden
- Namensfindung
- Kundenfokusgruppen, Entwicklungsbudgets

Produktentwicklung und Management bestehender Produkte:

- Produktlebenszyklus
- SWOT-, ABC- & Pareto-Analyse
- Portfoliomanagement - Benchmarking, BSC

Markt- und Wettbewerbsanalyse:

- Methoden und Instrumente
- Marktsegmentierung
- Zielgruppen
- Sinus-Milieus
- Wettbewerbs-/Konkurrenzstrukturanalyse

"Customer Centricity" - agile Denkweisen in der Produktentwicklung:

- Prozessuale touch points mit den Kunden
- Sinnvolle Initiativen im „Customer Centricity Portfolio“
- Beachtung Elemente in der Customer Centricity-Strategie seitens Mitarbeiter

Kritische Erfolgsfaktoren, Anti-Flop-Prinzip:

- Lead-Markt-Theorie
- Below-the-Line-Effekte
- Nutzenargumentation für den Vertrieb
- Buying-Selling Center
- Open Selling Process, Consultative Selling

Strategische Aspekte:

- Planung & Durchsetzung
- Matrix nach Ansoff
- Wettbewerbs-, Produkt-, & Produkt-Markt-Strategien

Marketing-Mix:

- Produkt-/Portfoliostrategie, Produktpositionierung, Visualisierung
- Neue Medien (Blogs, Communities & "the long tail of new media")
- Go-to-Market Model
- Produktbepreisung
- Produktkosten

Phasenprozesse:

- Stage-Gate-Prozess
- Quality Function Deployment
- SCRUM, PRINCE2
- Softwaretools

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 1059

München

10 Apr - 12 Apr 2019

26 Aug - 28 Aug 2019

Frankfurt

15 Mai - 17 Mai 2019 **Garantietermin**

07 Okt - 09 Okt 2019

Düsseldorf

12 Jun - 14 Jun 2019

11 Nov - 13 Nov 2019

Hamburg

15 Jul - 17 Jul 2019

Stuttgart

16 Dez - 18 Dez 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1059>

PRODUKTMANAGEMENT - WERTSCHÖPFENDE INNOVATIONEN GENERIEREN

Baustein II

Dauer: 2 Tage

Nr.: 1013

Durchführungsart: Präsenztraining

Preis: 1.390,00 € (netto) / 1.654,10 € inkl. 19% MwSt.

Zielgruppe: Führungskräfte, die eine Produktmanagement-Organisation planen, Produkt- und Produktgruppenmanager, Senior-PM, Account Manager. Mitarbeiter aus Fachabteilungen, die zukünftig die Aufgaben eines Produktmanagers innehaben.

Schulungsmethode: Vortrag, Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion, Fallbeispiele, Fall-Supervision.

Voraussetzungen: 1059 oder vergleichbare Kenntnisse.

Nach dem Besuch des Seminars verfügen Sie über umfassende Kenntnisse bezüglich des Managements von Produkten und Dienstleistungen. Sie wissen um die Bedeutung einer geeigneten Produktstrategie für den Unternehmenserfolg und können die Produktpolitik entsprechend den strategischen Unternehmenszielen gestalten und umsetzen

Programm

Unternehmensstrategie und Produktstrategie - ein Zusammenspiel:

Strategieentwicklung - Wettbewerbsszenarienanalyse - Erfolgsfaktorenrechnung

Der Produktmanager als Partner der Geschäftsleitung:

Die Bedeutung des Produktmanagements für die Geschäftsleitung - Ableitungen für die persönliche Positionierung und die Kommunikation

Betriebswirtschaftliches Know-how für Produktmanager:

Break Even-Rechnung - Produktkostenrechnung - Deckungsbeitragsrechnung - Qualitätsmanagement - Prozessmanagement - Wertschöpfungsmanagement - Management von Budget und Geschäftsergebnissen - Supplier Relationship Management

Marketing- und Vertriebs-Know-how für Produktmanager:

Vermarktungsstrategien national/international - Planung und Umsetzung ganzheitlicher Produkt-, Verkaufs- und Marketingkampagnen - Aufbau und Entwicklung strategischer Produkt- und Kundenpotenziale - Vertriebsunterstützung im Bereich B2B und B2C

Ideenmanagement des Produktmanagements:

Vertiefung der Methoden der Ideenfindung, Auswahl und Umsetzung - Entwicklung von strategischen Angebotspotenzialen und Alleinstellungsmerkmalen

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 1013

Stuttgart

09 Mai - 10 Mai 2019

Hamburg

12 Aug - 13 Aug 2019

Frankfurt

28 Okt - 29 Okt 2019

Düsseldorf

19 Dez - 20 Dez 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1013>

PRÜFUNG ZUM CERTIFIED PRODUCT MANAGER (ISMI)

Dauer: 2 Tage

Nr.: 1024

Preis: 680,00 € (netto) / 809,20 € inkl. 19% MwSt.

Durchführungsart: Lehrgang

Schulungsmethode:

Zielgruppe: Alle Mitarbeiter, die aktuell oder zukünftig Aufgaben im Produktmanagement haben, Führungskräfte, die eine Produktmanagement-Organisation planen, Produkt- und Produktgruppenmanager und Account Manager, die ihr Wissen dokumentieren wollen.

Voraussetzungen: Empfehlenswert ist der Besuch der Seminare Sem. 1059 1059 und Sem. 1013 1013.

Erlangung des Zertifikats "Certified Product Manager (ISMI)". Mit dieser Auszeichnung erzielen Sie die Voraussetzung für eine erfolgreiche Laufbahn im Bereich Produktmanagement.

Programm

Die Prüfung besteht aus drei Teilen:
Schriftliche Prüfung (Dauer ca. 3,5 Std.):

Grundlage ist der Lernzielkatalog der Seminare 1059 01059 und 1013 01013, der auf Praxisrelevanz ausgerichtet ist - Dieser umfasst sämtliche Methoden und erforderlichen Kenntnisse eines erfolgreichen Produktmanagements - Fragen und eine Case Study sind zu bearbeiten - Es wird sowohl Fach- als auch Umsetzungskompetenz geprüft

Hausarbeit:

Ausarbeitung einer Case Study - Vorbereitung der Ergebnispräsentation. Diese Ausarbeitung ist die Basis der mündlichen Prüfung.

Mündliche Prüfung (Dauer ca. 30 Min.):

Hier werden die Ergebnisse der ausgearbeiteten Case Study-Hausarbeit vorgestellt und verteidigt - Simulation einer Projektergebnispräsentation - Die Prüfer nehmen verschiedene Rollen ein - Schwerpunkt der mündlichen Prüfung ist die Umsetzungskompetenz

Hinweis

Die Prüfung darf maximal zweimal wiederholt werden

Es gibt jeweils zwei Termine:

1. Termin schriftliche Prüfung mit einer Dauer von 3,5 Stunden,
2. Termin mündliche Prüfung mit einer Dauer von 30 Minuten.

Die Prüfung darf maximal zweimal wiederholt werden.

Schriftliche und mündliche Prüfung können nur in Kombination gebucht werden.

Bei Anmeldung zur schriftlichen Prüfung werden Sie automatisch auch für die mündliche Prüfung eingebucht.

Die Termine für die mündlichen Prüfungen sind folgende:

17.01.2019 München (dazugehörige schriftliche Prüfung 23.11.2018 alle Standorte)

09.07.2019 München (dazugehörige schriftliche Prüfung 12.04.2019 alle Standorte)

08.01.2020 München (dazugehörige schriftliche Prüfung 15.11.2019 alle Standorte)

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 1024

Düsseldorf

12 Apr - 12 Apr 2019

15 Nov - 15 Nov 2019

München

12 Apr - 12 Apr 2019

15 Nov - 15 Nov 2019

Stuttgart

12 Apr - 12 Apr 2019

15 Nov - 15 Nov 2019

Berlin

12 Apr - 12 Apr 2019

15 Nov - 15 Nov 2019

Hamburg

12 Apr - 12 Apr 2019

15 Nov - 15 Nov 2019

Frankfurt

12 Apr - 12 Apr 2019

15 Nov - 15 Nov 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1024>

PRODUKTMANAGEMENT - PORTFOLIOS UND PRODUKTGRUPPEN STRATEGISCH UND GLOBAL STEuern

Baustein III

Dauer: 3 Tage

Nr.: 1164

Durchführungsart: Präsenztraining

Preis: 1.590,00 € (netto) / 1.892,10 € inkl. 19% MwSt.

Zielgruppe: Führungskräfte, die eine Produktmanagement-Organisation planen, Produkt- und Produktgruppenmanager, Senior-PM, Account Manager. Mitarbeiter aus Fachabteilungen, die Aufgaben eines Produktmanagers innehaben.

Schulungsmethode: Vortrag, Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion, Fallbeispiele, Videoanalyse, Fall-Supervision.

Voraussetzungen: Seminare 1059 und 1013 oder vergleichbare Kenntnisse.

Nach dem Seminar können Sie eine umfassende, nationale und internationale Portfoliostrategie entwickeln und umsetzen. Sie können beim Management ihre Portfoliostrategie positionieren und professionell darstellen und können die Umsetzung abteilungsübergreifend auch in komplexen Situationen steuern.

Programm

Werkzeuge zur Entwicklung einer tragfähigen Produktstrategie, national und international

Lean Product Management und Minimum Viable Product (MVP) Concept, Analyse von Best Practice Vorbildern

Konfiguration, Strukturierung und Finanzierung eines Produktportfolios, Einfluss des Projektmanagements

Professionelles Argumentieren des Senior-PMs auch auf internationaler Ebene, mit Videoanalyse

Konfliktmanagement

Aktuelle Instrumente für Produktmanager im Überblick (Design Thinking, Blue Ocean Strategy)

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 1164

München

08 Apr - 10 Apr 2019 **Garantietermin**

Berlin

01 Jul - 03 Jul 2019 **Garantietermin**

Stuttgart

02 Sep - 04 Sep 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1164>

PRODUKTMANAGEMENT IN DER DIGITALEN TRANSFORMATION

Dauer: 2 Tage

Durchführungsart: Präsenztraining

Zielgruppe: Produktmanager, Junior-Produktmanager, alle Mitarbeiter, die aktuell oder zukünftig Aufgaben im Produktmanagement haben.

Voraussetzungen: Kenntnisse und Erfahrung im Produktmanagement sind von Vorteil.

Nr.: 7803

Preis: 1.390,00 € (netto) / 1.654,10 € inkl. 19% MwSt.

Schulungsmethode: Vortrag, Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion, Fallbeispiele.

Neue, auf Digitalisierung basierende Geschäftsmodelle von Start-ups und Mega-Unternehmen verändern Marktstrukturen rasant und bedrohen etablierte Unternehmen durch gänzlich andere Geschäftsmodelle. Gleichzeitig bietet die digitale Transformation in allen Branchen enorme Chancen, neue digitale Produkte zu entwickeln, bestehende Produkte „digital anzureichern“ und sämtliche Unternehmensprozesse zu automatisieren und viel stärker auf Kunden auszurichten.

In diesem Seminar lernen Sie, welche Auswirkungen Digitalisierung auf Märkte hat, welche Chancen und Risiken daraus für etablierte Firmen entstehen und welche Chancen und Herausforderungen Digitalisierung im Bezug auf die klassischen Methoden und Instrumente des Produktmanagements bietet.

Programm

Digitalisierung, Grundlagen:

- Gesamtbild der digitalen Transformation
- Dimensionen und Komponenten der Digitalisierung
- Wirkgrößen (Technologische Entwicklung, Big Data, KI, Gesellschaft usw.)
- Auswirkungen der Digitalisierung auf Produkte, Leistungen und Märkte

Digitalisierung der Produkte:

- Quellen für digitale Innovation und Hebel für Digitalisierung von Produkten
- Besonderheiten der Produktentwicklung

Preisgestaltung:

- Preisgestaltung digitalisierter Produkte
- Preisgestaltung als Wettbewerbsinstrument in digitalen Märkten

Promotion:

- Soziale Medien
- WWW

Vertrieb:

- Digitale Vertriebswege
- Zusammenspiel klassischer Vertriebswege mit digitalen Vertriebswegen

Anforderungen an PMs durch digitale Transformation:

- erweitertes Kompetenzprofil

Produktmanagementorganisation und -Unternehmensprozesse:

- Anforderungen durch digitale Transformation
- Wege zur erfolgreichen digitalen Transformation

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 7803

München

06 Mai - 07 Mai 2019

Berlin

18 Jul - 19 Jul 2019

Frankfurt

12 Sep - 13 Sep 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/7803>

DESIGN THINKING

Dauer: 2 Tage

Durchführungsart: Präsenztraining

Zielgruppe: Führungskräfte und Mitarbeiter aller Branchen und Hierarchieebenen.

Voraussetzungen: Keine.

Nr.: 1056

Preis: 1.490,00 € (netto) / 1.773,10 € inkl. 19% MwSt.

Schulungsmethode: Das Seminar enthält entsprechend der praktischen Hands-on-Herangehensweise des Design Thinkings einen sehr hohen Übungsanteil. Es ist inhalts- und themenübergreifend konzipiert und eignet sich daher für nahezu alle Teilnehmergruppen.



Design Thinking ist mehr eine praxisorientierte Philosophie und Denkweise als eine starre Methodik. Entsprechend sollen die Teilnehmer anhand theoretischer Grundlagen und vieler praktischer Übungen die Prinzipien des Design Thinkings verstehen und lernen, diese bereichsübergreifend auf unterschiedlichste Probleme anzuwenden. Zudem werden Grundlagen des Change Managements vermittelt, die für eine erfolgreiche Anwendung von Design Thinking vor allem auf Prozesse und organisatorische Veränderungen wichtig sind.

Weitere Informationen in der Übersicht:

[Scrum und Agilität - Von den Grundlagen zur Zertifizierung](#)

Programm

- Was ist Design?
- Grundprinzipien des Design Thinkings
- Inspiration: durch Beobachtung lernen
- Ideation: die Kreativität der Gruppe nutzen
- Prototyping: Ideen ausprobieren und dadurch lernen
- Implementation: die Customer Experience kontinuierlich verbessern
- Exkurs Change Management: Wie man Veränderungen erfolgreich umsetzt
- Wie wende ich Design Thinking konkret auf mein Problem an?

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 1056

Frankfurt

15 Apr - 16 Apr 2019

23 Sep - 24 Sep 2019

Düsseldorf

16 Mai - 17 Mai 2019

24 Okt - 25 Okt 2019

Berlin

20 Jun - 21 Jun 2019

München

05 Aug - 06 Aug 2019

Stuttgart

05 Dez - 06 Dez 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1056>

DESIGN THINKING COACH

Durch systematische Innovation Erfolg und Zukunftsfähigkeit in Organisationen sichern

Dauer: 9 Tage

Nr.: 1065

Durchführungsart: Lehrgang

Preis: 4.490,00 € (netto) / 5.343,10 € inkl. 19% MwSt.

Zielgruppe: Geschäftsführer und Führungskräfte, Berater, Coaches, Supervisoren, Trainer, Mitarbeitende aus OE, PE, HR, Change- und Projektmanagement

Voraussetzungen: Erfahrungen mit Design-Thinking als Teilnehmer oder/und 2-tägiges Basis-Seminar 1056 01056.

Design Thinking ist ein zielorientierter, aber ergebnisoffener Prozess zur Erschaffung nutzer- bzw. kundenorientierter Innovation. Dies schafft innovative, kommunizierbare und praxisnahe Lösungen statt langatmiger und aufgeblasener Projekte. Sein Siegeszug begann an der Stanford-University. Heute arbeiten sowohl Startups als auch viele Großunternehmen mit diesem agilen Konzept, wobei neben Produkten auch Dienstleistungen, Services, Strategien und Business Modelle auf diese Weise innoviert werden.

Als Design Thinking-Coach ist es Ihre Kompetenz Führungskräfte, Projektleiter und Teams mit diesem agilen Innovationskonzept zu beraten und zu aktivieren. In dieser Weiterbildung lernen Sie Design Thinking erfolgreich einzuführen sowie Innovations- und Anpassungsprozesse stets ganzheitlich zu betrachten und zu steuern. Dieses kombinierte Vorgehen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für eine wirksame Arbeit.



[Weitere Details und Hinweise zu den Inhalten](#)

Programm

Sie beschäftigen sich anhand konkreter Aufgaben und mit viel Feedback mit folgenden Inhalten:

- Innovationskonzept Design-Thinking
- Orientierung am Business Need
- Kreativität und Mut fördern - um in alle Ecken zu schauen und Chaos-Situationen zu vermeiden oder aufzulösen
- Tools zur Analyse der Kundenbedürfnisse - um besser zu verstehen und neue Erkenntnisse zu gewinnen
- Moderation von handlungsorientierten Prozessen und schnellen Ergebnissen - um tolle Roadmaps und Masterpläne zu vermeiden, die schon am nächsten Tag veraltet sind
- Gruppendynamiken verstehen und erfolgreich managen
- Mit Delivery und Scale enden

Rahmen: 3 Module á 3 Tage

- 1. Modul: Vom Verstehen zur Ideenfindung - Rolle als Coach im Innovationsprozess
- 2. Modul: Mit Prototypen zur Nutzerinteraktion - Gruppenprozesse verstehen und gestalten
- 3. Modul: Design Thinking & Doing - Konzeption, Umsetzung und Reflexion eigener Design Thinking-Challenges

INNOVATIONSMANAGEMENT

Markt- und Innovationsorientierung für General Manager

Dauer: 2 Tage

Durchführungsart: Präsenztraining

Zielgruppe: Geschäftsführer, Bereichsleiter, Marketing und Vertrieb,
Business Development, Corporate Development,
Produktentwicklung, Marketing, Produktmanager,
Entwicklungsingenieure

Voraussetzungen: Grundkenntnisse zu Markt, Führung und
Wirtschaft, Produktmanagement I + II

Nr.: 1064

Preis: 1.390,00 € (netto) / 1.654,10 € inkl. 19% MwSt.

Schulungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit, Diskussion,
Fallbeispiele.

Praxiserprobte Werkzeuge zur Initiierung, Steuerung und Umsetzung von Innovation sind der Schwerpunkt in diesem Seminar. Daneben erhalten Sie einen Überblick über Innovation, innovationsrelevante Marktmechanismen und Innovationsprozesse.

Programm

Die Notwendigkeit von Innovation

- Überleben in Märkten mit totalem Wettbewerb
- Innovation als unternehmerische Rolle des Managements
- Innovation als schöpferische Zerstörung.

Etablierte Unternehmen versus Startups

- Die unterschiedlichen Wege der Innovation.

Innovation und Strategie

- Verlinkung der Innovationsmaßnahmen zu den Leitplanken der Geschäftsstrategie
- Business-Case-Betrachtung

Innovationsprozesse

- Innovationsfunnel und Portfolioansätze
- Ideenmanagement
- Öffnung und Einbindung externer Marktteilnehmer in die Ideengenerierung
- Innovationsarten und -Bereiche

Innovation ist Veränderungsmanagement

- Faktor Mensch. Die Grenzen von Innovation in bestehenden Unternehmen.

Innovationsumsetzung

- Steuerung von Teilprozessen (insbesondere Geschäftsspezifische Teilprozesse in R&D und Marketing).
- Ausgewählte Werkzeuge zur Umsetzung und Steuerung spezifischer Innovationsmaßnahmen.

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 1064

Hamburg

13 Jun - 14 Jun 2019

München

10 Okt - 11 Okt 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1064>

MARKETING KOMPAKT

Dauer: 2 Tage

Durchführungsart: Präsenztraining

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte aus allen Unternehmensbereichen, die mittelbar oder unmittelbar mit der Abteilung Marketing zu tun haben oder mit Marketingaufgaben (intern und extern) betraut sind. Marketing-Quereinsteiger.

Voraussetzungen: Es werden keine besonderen Kenntnisse vorausgesetzt.

Nr.: 1055

Preis: 1.390,00 € (netto) / 1.654,10 € inkl. 19% MwSt.

Schulungsmethode: Fallbeispiele, Gruppenarbeit, interaktiver Trainerinput, moderierte Diskussion, Fallstudien, Videofilm, Handouts, Checklisten.

Sie sind nach dem Seminar mit den typischen Abläufen, Methoden und Instrumenten des Marketing vertraut und können diese bei der täglichen Arbeit umsetzen. Sie erhalten einen umfassenden praxisorientierten Einblick in die Marketingarbeit im Unternehmen. Sie wissen um die Verzahnung verschiedener Abteilungen mit dem Marketing um den Markt kundenzentriert bearbeiten zu können und um die Bedeutung einer marketingorientierten Grundhaltung gegenüber internen und externen Kunden

Programm

Grundlagen und Einführung:

Wandel der Marktbedingungen - Erfolgsfaktor Marketing nutzen - Marketing als Konzept der Unternehmensführung - Marketing-Regelkreis - Bedarfserkennung und Bedarfssteuerung

Zielsetzung im Marketing:

Unternehmens- und Marketing-Ziele - Zielpyramide - Regelkreis

Strategieebene im Marketing:

Marktgröße und Zielgruppe - Bedeutung der Marketingstrategie für den Erfolg - Stärken- und Schwächenanalyse und Chancen- und Risikoanalyse - Alternative Marketingstrategien wie z.B. Marktsegmentierung - Positionierung im Markt

Marktforschung:

Konsumentenpsychologie - Informationsquellen erschließen - Erhebungsarten - Datamining

Marketing-Mix:

Produkt- und Markenpolitik: Produktlebenszyklus, Produktstrategie, Markenpolitik - Kontrahierungspolitik: Preisbestimmung und Preisfindung, Psychologische Preise, Rabatte - Distributionspolitik: Absatzwegpolitik, Absatzmittelpolitik, Marketinglogistik, Vertrieb - Kommunikationspolitik: Klassische Absatzwerbung, Public Relations, Sales Promotion, Internet-Marketing, Direct Marketing

Marketing-Planung und -Controlling:

Instrumente zur Analyse der Marketingarbeit - Erarbeitung eines Marketingkonzepts - Marketingplan und Marketingorganisation

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 1055

Hamburg

27 Jun - 28 Jun 2019

München

04 Nov - 05 Nov 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1055>

TEXTE, DIE VERKAUFEN!

Die Texterwerkstatt für Ihre erfolgreichen Unternehmenstexte

Dauer: 2 Tage

Nr.: 1261

Durchführungsart: Präsenztraining

Schulungsmethode: Vortrag, Workshops, Einzel- und Gruppenarbeit, freie Textaufgaben und Kurationsübungen.

Zielgruppe: MitarbeiterInnen aus Marketing, Werbung, PR, Unternehmenskommunikation und Vertrieb, die selbst texten und die Texte Dritter beurteilen und bearbeiten.

Voraussetzungen: Es werden keine besonderen Kenntnisse vorausgesetzt.

Texten heißt: strategisch schreiben. Mit einem guten Text wird Meinung gemacht, eine Botschaft überbracht - mit einem Wort: verkauft! Adressaten sind Kunden, Interessenten, Mitarbeiter und alle, die eine Wahrnehmung von Ihrem Unternehmen haben. Texte verkaufen immer dann besonders gut, wenn der Texter etwas Aufregendes mitzuteilen hat, Druck ausübt und sich dabei um eine gute Form bemüht. Wenn er also dialogisch schreibt. - Und das bei jedem Anlass: online wie offline.

Am Ende dieses Workshops wissen die Teilnehmer, wie sie durch die richtigen Fragen zu verkaufstarken Texten geführt werden, wie sie durch die Auswahl von Textmenge, -inhalt und Sprachstil überzeugende(re) Texte verfassen und wie die Lese-Energie der Zielgruppe auf hohem Niveau gehalten wird. Sie lernen zudem zielgruppenspezifische Kommunikationskonzepte zu entwickeln und diese im richtigen Umgang mit bildhafter Sprache in verkaufstarke Texte zu gießen. Sie schärfen Ihre konzeptionellen Fähigkeiten an konkreten Fallbeispielen, arbeiten an selbst verfassten Manuskripten, erleben hautnah dass die richtigen Wörter Zeit brauchen und erfahren, dass die Qualität erfolgreicher Texte nicht nach geschmäckerlichen Kriterien zu beurteilen ist.

Einen Schwerpunkt der Veranstaltung bilden freie Textaufgaben und Kurationsübungen. Eine Fülle praktischer und erfolgswährter Tipps aus 25 Jahren Texterleben runden das Programm ab. In der Werkstatt gibt es außerdem ein zusammenfassendes Handout, hilfreiche Checklisten sowie viele weiterführende Literaturtipps.

Programm

Konzeption:

Definition des Problems - über Werbeziele - Inhalte eines Texter-Briefings - Positionierung & Erstellung einer Copy-Strategie - Zielgruppenbeschreibung - Benefit, Reason Why & Tonality - objektive & subjektive Nutzenargumentation - Das passende Medium zur richtigen Botschaft - Schwarz auf weiß & byte für byte - Verbreitungsgebiet und Halbwertszeit Ihrer Texte - Rechtliche Aspekte

Dialogorientiertes Schreiben - Schritt für Schritt zum besseren Text:

Schreiben im sich verdichtenden Kommunikationsnebel - Corporate Language - welche Wörter Sie im Unternehmen garantiert brauchen und welche bestimmt nicht - Beantwortung vorweggenommener Zielgruppenfragen - Auswahl von Textart, -menge & -inhalt - Wer schreiben will, muss lesen - Lesekurve, Lesefluss, Lese-Energie und Überzeugungskraft - so lösen Sie Betroffenheit aus - Am Anfang war das Wort - zum Schluss wird redigiert

Bestandteile erfolgreicher Texte:

Slogan - Headline - Teaser, Lead-in & Parole - Copy & Co. - Verstärker, Filter, Killerphrasen & Dramatisierung - Gezielte Aktivierung - mit der richtigen Tonalität mitten ins Herz der Zielgruppe - 3-Wort-Botschaften - Die 4 Verständlichkeitsmacher - Grafische Aufbereitung & Gestaltung von Texten - Lese-Energie & Überzeugungskraft

Gutes Deutsch gewinnt immer mehr "Führsprecher":

Kino im Kopf - über die Bedeutung von Storytelling - Fakten vs. Emotion - über bildhaftes & gefühlvolles Schreiben - Weichmacher, Füllwörter, Nebelkerzen & Wortmonster - "Denglish", Fachsprachen & andere Fremdwörter - Sprachebenen, -stile & -figuren - Umgang mit Schreibblockaden

Druckreife Presse- & PR-Texte:

Abgrenzung ggü. dem Werbetext - Was sind News? - Struktur & Aufbau einer Pressemeldung - Inhalte, Zielgruppen & Tonalität

Das Textermanifest - als Bildschirmschoner und Poster zum Ausdrucken:

11 gute Gründe ab sofort (noch) wirkungsvollere Texte zu schreiben!

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1261>

MODERNE PR UND PRESSEARBEIT

Maßnahmen, Instrumente und Konzepte

Dauer: 2 Tage

Nr.: 1101

Durchführungsart: Präsenztraining

Schulungsmethode: Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeit, Übungen.

Zielgruppe: Einsteiger in PR und Presse-Arbeit, PR-Beauftragte.

Voraussetzungen: Es werden keine besonderen Kenntnisse vorausgesetzt.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sind flexible und hochwirksame Marketinginstrumente. Nach dem Besuch dieses Seminars können Sie die richtigen Methoden und Elemente für Ihr Unternehmen auswählen und erfolgreich umsetzen.

Besonders ausführlich werden Pressearbeit und die Organisation von Messeauftritten behandelt. Die Methoden sind auf andere Elemente der Öffentlichkeitsarbeit übertragbar

Programm

Grundlagen:

Sinnvolle Einbindung von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in das Gesamt-Kommunikationskonzept des Unternehmens - Grundregeln erfolgreicher Kommunikationsstrategien im B2B- und B2C-Geschäft - Ergebnisse modernster Marketingforschung

Elemente der Öffentlichkeitsarbeit und ihre effiziente und effektive Umsetzung:

Pressearbeit, Sponsoring, Messeauftritte, Vorträge, Preisausschreiben, Firmen-Jubiläen/Veranstaltungen, Web-Gestaltung, Interne Kommunikation

Festlegung von Strategie und Maßnahmen:

Bestimmung der relevanten Zielgruppen - Ableitung von erfolgversprechenden Maßnahmen - Umsetzungsplanung und Wirksamkeitscontrolling - Die Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen

Schwerpunkt Pressearbeit:

Auswahl zielgruppenrelevanter Medien - Erstmalige Kontaktaufnahme - Aufbau langfristiger Beziehungen zu Ansprechpartnern und Journalisten - Professionelle Pressemappen gestalten - Professionelle Presstexte schreiben - Dos and Don'ts in der Pressearbeit - Pressekonferenzen erfolgreich planen und leiten - Krisen-PR - Wirksamkeitscontrolling - Interne Darstellung

Schwerpunkt Messe:

Auswahl relevanter Messen - Gestaltung des Standes - Kommunikation mit Kunden - Das Messe-Team - Medien zur effektiven Leistungsdarstellung - Eye-catcher und Give-aways sinnvoll nutzen - Kosten- und Wirksamkeitscontrolling - Zusammenarbeit mit Agenturen

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1101>

SZENARIOTECHNIK & STRATEGIEFINDUNG

Dauer: 2 Tage

Durchführungsart: Präsenztraining

Zielgruppe: Geschäftsführer, Fach- und Führungskräfte aus Controlling, Unternehmensplanung, Marketing/Vertrieb, Produktmanagement, Innovationsmanagement und IT.

Voraussetzungen: Es werden keine besonderen Kenntnisse vorausgesetzt.

Nr.: 1198

Preis: 1.390,00 € (netto) / 1.654,10 € inkl. 19% MwSt.

Schulungsmethode: Vortrag, Diskussion, Erfahrungsaustausch, Gruppenarbeit, Fallbeispiele, Computersimulation.

Sie trainieren das methodische Denken in Szenarien, kennen die Grundelemente der Szenario-Erstellung und können diese für strategische Fragestellungen, Zukunftsgestaltung und Veränderungsprozesse anwenden. Sie kennen die Grenzen, aber auch die Möglichkeiten der Szenario-Technik, den Geschäftserfolg in der Zukunft immer wieder abzusichern

Programm

Denken in Szenarien - Die Zukunft als Option:

Denken in Möglichkeitsräumen - Chancen nutzen, Risiken minimieren - Einsatzgebiete, Beteiligte, Vor- und Nachteile der Szenario-Technik

Bausteine des professionellen Szenario-Managements:

Vorgehensmodell - Szenario-Projektvorbereitung - Einflüsse und Schlüsselfaktoren - Projektionen in die Zukunft - Wechselwirkungen - Zukunftsbilder - Entwicklungspfade

Aufbau der Datenbasis:

Bildung von Szenarien - Szenarienbasierte Strategieentwicklung und Umsetzung

Entwicklung der Szenarien

Szenario-Transfer - Strategie-Entwicklung:

Strategische Entscheidungen - Robuste Strategien - Auswirkungen auf Geschäftsmodelle und Produkte - Strategisches Frühwarnsystem

Lessons Learned:

Tipps und Tricks - Erfolgsfaktoren - Typische Fehler

Termine und Orte: 19 März 2019 - Nr.: 1198

Hamburg

01 Jul - 02 Jul 2019

München

14 Nov - 15 Nov 2019

Online Anmeldung:

Kundenservice | Tel. 0711 62010 100 | Fax: 0711 62010 267 | seminaranmeldung@integrata.de

URL: <https://www.integrata.de/1198>

