

### Marketingmanagement von Dienstleistungsbetrieben

- Aufgaben des Marketingmanagements
- Marketinginformationsbeschaffung von Dienstleistungsbetrieben
- Marketingziele und -strategien für Dienstleistungsbetriebe

### Marketingpolitische Instrumente im Dienstleistungsmarketing

- Angebots-, Distributions- und Preispolitik
- Kommunikationspolitik, Verkaufsförderung, Corporate-Identity-Strategie
- Politik des internen Marketings
- Marketingkontrolle

### Verkauf

#### Funktionen des Handels

- der Handel im Wirtschaftssystem
- Funktionen des Handels I und II

### Akademiestandorte in Westfalen

Ahlen | Bad Oeynhausen | Bielefeld | Coesfeld | Detmold | Dortmund | Gelsenkirchen | Gütersloh | Hamm | Herford | Iserlohn | Lüdenscheid | Lüdinghausen | Minden | Münster | Oberhausen | Recklinghausen

### Deutsche Angestellten-Akademie DAA Westfalen

Herforder Straße 74  
33602 Bielefeld

### Ihre Ansprechpartnerin

Christina Meier  
Telefon 0800 1144123  
E-Mail info.westfalen@daa.de

### www.daa-westfalen.de

Stand: 09/2020

### Kundenorientierte Kommunikation im Verkaufsgespräch

- Kundenorientierung als Leitmaxime für jede unternehmerische Tätigkeit
- fachliche und persönliche Anforderungen an Verkäufer\*innen/Kundenberater\*innen
- kundenorientierte Kommunikation
- das Verkaufsgespräch
- Gesprächsvorbereitung
- Gesprächseinstieg
- Bedarfsanalyse
- Angebotsphase/Abschlussphase

### Durchführung einer Verkaufsberatung

- Begegnungen mit Kund\*innen
- Kinder/Jugendliche/Senior\*innen
- Kund\*innen in Begleitung
- besondere Situationen

### Das Internet im Verkauf

- E-Commerce und Online-Shopping
- Kundenbindung im Internet
- FAQ zum Internetverkauf

### Mit Marketingkonzepten Kund\*innen gewinnen

- Konzepterstellung
- Sortiment/Preis/Service
- Personal/Organisation/Auftritt
- Kommunikation



## Marketing

### Modulare Weiterbildung mit System

### Deutsche Angestellten-Akademie · DAA Westfalen

In diesem Fachbereich lernen Sie das weite Feld der Verkaufsunterstützung kennen, und zwar für Waren und Dienstleistungen.

Sie lernen, Ihre Marketingaktivitäten zu planen und umzusetzen. Dabei bedienen Sie sich sämtlicher Absatz- und Kommunikationswege, die zu den jeweiligen Märkten führen.

Sie lernen überdies die Wirksamkeit bzw. den Erfolg Ihrer Aktivitäten zu steuern. Die für das Marketing relevanten Schnittstellen zu Geschäftsprozessen und Unternehmensbereichen werden hier thematisiert.

### Instrumentarium des Marketing

#### Marktorientiertes Denken und Handeln

- Entwicklungen im Marketing
- Grundsätze und Ziele des Marketing
- von der Marketingstrategie zum Konzept

#### Marktforschung

- Gewinnung notwendiger Marktdaten
- Untersuchungsbereiche der Marktforschung
- Methoden der Marktanalyse



Bildung schafft Zukunft.

## Marketing for Beginners

- Warum Marketing?
- Marketingplanung
- Marktforschung Produkt- und Sortimentspolitik
- Preis- und Konditionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Distributionspolitik

## Werbung im Industrieunternehmen

- Prozess der Werbeplanung und Werbedurchführung
- Media-Selektion Direktwerbung
- Werbeerfolgskontrolle

## Distributionspolitik

- von der Distributionspolitik zu den Distributionsstrategien
- direkter oder indirekter Absatz
- Organisation der Distribution in einem Unternehmen
- Multi- oder Cross-Channel-Strategie

## Marketingcontrolling

- Ziele und Aufgaben
- Instrumente
- Marketing für eine werbeorientierte Unternehmensführung
- Fallbeispiele

## Event-Marketing

- Grundlagen und Ziele
- Einsatz der Kommunikationsinstrumente
- Planung einer Event-Marketing-Aktion

## Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)

- Grundlagen und Ziele
- Einsatz der Kommunikationsinstrumente
- Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

## Verkaufsförderung und Direktmarketing

- Verkaufsförderung
- Direktmarketing
- Instrumente des Direktmarketing

## Sponsoring und Product-Placement

- Sponsoring
- Product-Placement

## Social-Media-Marketing

- Ziele und Aufgaben vom Social-Media-Marketing
- Umgang mit Social-Media-Daten
- Strategien für Social-Media-Maßnahmen

## Produkt- und Sortimentspolitik

- Produktpolitik
- Sortimentspolitik
- Produktlebenszyklus

## Preis- und Konditionenspolitik

- Grundlagen der Preispolitik
- Möglichkeiten der Preisbildung
- Rabattpolitik und psychologische Preisgestaltung
- sonstige Instrumente der Konditionenspolitik

## Marketing-Spezial

### Marketing im Handelsunternehmen

- marketingrelevante Veränderungen im Handel
- Standortpolitik im Handel
- Sortimentspolitik
- Vertriebsstrategien im Handel
- Visual Merchandising

### Werbung und Verkaufsförderung für Handelsunternehmen

- Grundbegriffe der Werbung
- Bestimmung von Zielgruppe
- Prozess der Werbeplanung und Durchführung



- Mediaselektion, Direktwerbung und Werbekooperationen
- Werbeerfolgskontrolle, Verkaufsförderung im Handel

## Urheber- und Markenrecht

- Markenrecht
- Designschutz
- Patentrecht

## Online-Marketing

- Überblick
- Definitionen und Geschäftsmodelle
- der Vertriebsprozess
- das AIDA-Modell
- die Funktionsweise des World Wide Web
- Datenbanken
- Anforderungen an Online-Shops
- Zahlungsarten und Datenverschlüsselung
- Integration des Online-Shops und dessen Integrationstiefe
- Kundenbindung und Kundenwiedergewinnung
- Ansätze von Online-Shops

- Website und Shop Promotion
- Verbesserung des Rankings durch Suchmaschinen
- Datenschutz

## Imagebildung und -analyse

- Marketing und Imageanalyse
- Imagebildung
- Erstellung von Polaritätsprofilen

## Fallstudie I

## Fallstudie II

## Fallstudie III

## Dienstleistungsmarketing

### Grundlagen Dienstleistungsmarketing

- Begriff Dienstleistung
- Phasen
- Besonderheiten im Dienstleistungsmarketing und Erweiterung Marketing-Mix
- Bewerbung und Verkauf
- Entwicklung