



Marketing-Seminare für Dienstleistungen und Services 2014

Mit vielen Tipps und
Beispielen aus der
Marketing-Praxis!

Dienstleistungsmarketing
Marketingkonzeption und -planung
Dienstleistungsmarke
Kundenorientierung des Personals
Dienstleistungsvertrieb

Offene Seminare | Inhouse-Schulungen



Thomas Scheuer, Dipl.-Betriebswirt (FH) und Marketingbetriebswirt, ist Geschäftsführer einer spezialisierten Strategie- und Marketingberatung für Dienstleister. Durch viele Beratungsprojekte und -mandate sowie seine frühere 10-jährige Tätigkeit als Geschäftsführer einer Werbeagentur sind seine Seminare äußerst praxisgerecht und bieten einen hervorragenden Mix aus Theorie und über 18 Jahren erfolgreicher Marketingpraxis.



Stefan Koszewski, Marketingbetriebswirt, ist Berater und Trainer bei der Scheuer Marketingberatung. Mit seiner jahrelangen Erfahrung im strategischen und operativen Vertriebsgeschäft mittelständischer und großer Unternehmen profitieren seine Seminare von hoher Fachkompetenz und zielgerichtetem Praxistransfer – nicht zuletzt auch durch jahrelange eigene Vertriebspraxis.

Seit vielen Jahren beschäftigen wir uns mit Dienstleistungsmarketing und -vertrieb sowie dem Management von Dienstleistungen. Darin beraten, begleiten und schulen wir Unternehmen und Organisationen und bieten eine einmalige Spezialisierung, Kompetenz und Erfahrung.

Durch eine Vielzahl von Beratungsprojekten, langfristigen Unternehmensbegleitungen und eigenen Unternehmensgründungen sowie die ständige Beobachtung und Auswertung des Dienstleistungssektors bieten wir ein hoch spezialisiertes und wirkungsvolles Leistungsangebot.

Dieses Know-how geben wir bereits seit acht Jahren regelmäßig in öffentlichen Seminaren sowie Inhouse-Schulungen weiter und haben uns so zum führenden Trainingsanbieter im Dienstleistungsmarketing entwickelt.

Unsere fachliche und didaktische Expertise garantiert Ihnen eine gleichermaßen tief gehende sowie flexibel auf sich ergebende Anforderungen reagierende Schulung.

Inhouse-Schulungen

Neben den auf den Folgeseiten aufgeführten offenen Seminaren führen wir erfolgreich auch maßgeschneiderte Inhouse-Seminare durch.

Dabei steht für uns stets die Frage „Was brauchen Sie?“ im Vordergrund. Denn individuell angepasste Inhouse-Schulungen können sinnvoll bei der Lösung von Herausforderungen unterstützen. So können wir unseren Schulungskunden einen maximalen Mehrwert für ihr Unternehmen garantieren.

Darüber hinaus ergeben sich weitere Vorteile, wenn Sie den Schulungsbedarf Ihrer Mitarbeiter intern abdecken:

- **Individuell:** Je nach Anforderung der Situation können bestimmte Themen vertieft bzw. unternehmensspezifisch erweitert werden – selbstverständlich auch noch vor Ort während des Seminars.
- **Flexibel:** Sie können Termine und Orte für die Seminare so wählen, wie es zu Ihren Arbeitsabläufen und örtlichen Gegebenheiten am besten passt.
- **Effizient:** Es entfallen Aufwendungen für An- und Abreise, Reisezeiten und Hotelaufenthalte Ihrer Mitarbeiter.
- **Exklusiv:** Kritische Themen können offen angesprochen und bearbeitet werden, da Ihre Mitarbeiter unter sich sind. Und: Die gemeinsame Bearbeitung des Themas fördert den Teamgeist.
- **Kostengünstig:** Schon ab drei bis vier Teilnehmern sind Inhouse-Schulungen kostengünstiger als die Einzelteilnahme der Mitarbeiter an unseren offenen Seminaren.

Lassen Sie sich von den Themen unserer offenen Seminare anregen und mit uns gemeinsam Ihr ganz individuelles Seminar entwickeln.

Rufen Sie uns an – wir sind bei der Klärung Ihres Schulungsbedarfs behilflich:

Fon +49 (0)5131.908 63.60

Unternehmen, für die wir Inhouse-Schulungen bzw. -Workshops durchgeführt haben (Auszug):



SIEMENS



Zweitägiges Intensivseminar

Marketing und Vertrieb für Dienstleistungen und Services



2+1 Kompakt

Vertiefen Sie Ihr Wissen und kombinieren Sie das Intensivseminar direkt im Anschluss mit einem unserer Tagesseminare.

Passende Tagesseminare finden Sie auf den nächsten Seiten.

Kunden können Dienstleistungen aufgrund ihrer Immaterialität im Vorfeld kaum richtig bewerten. Das gefühlte Risiko, die „Katze im Sack“ zu kaufen, ist für den Interessenten aus seiner Sicht enorm.

Im Seminar erhalten Sie praxisorientiertes Wissen und Material, um potenziellen Kunden Sicherheit zu vermitteln, den Dienstleistungsprozess zu optimieren und somit Verkaufserfolg und Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Alle wesentlichen Inhalte können Sie durch eine geschickte Methodenauswahl direkt innerhalb des Seminars auf Ihr Unternehmen anwenden:

- ⊕ **Warum Dienstleistungen nicht wie Produkte vermarktet werden können**
 - Eigenschaften von Dienstleistungen
 - Veränderte Kundenbedürfnisse
- ⊕ **Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings**
 - Unsicherheiten bei der Kaufentscheidung
 - Herausforderungen für den Anbieter
 - Neue Aufgabenstellungen im Marketing
- ⊕ **Der Marketingmix für Dienstleistungen**
 - Sieben statt vier Marketinginstrumente
 - Der Aufbau des Marketingkonzepts
 - Konsequenzen für die Marketingplanung
- ⊕ **Das Käuferverhalten und der Kaufentscheidungsprozess**
 - Phasen des Kaufentscheidungsprozesses
 - Arten der auftretenden Unsicherheiten
- ⊕ **Kundenerwartungen kennenlernen, auswerten und bedienen**
 - Einflussfaktoren auf die Kundenerwartung
 - Entscheidungskriterien (Search Qualities)
- ⊕ **Wie der Vertrauensaufbau gelingt**
 - Unsichtbares sichtbar machen
 - Sicherheiten schaffen
 - Instrumentarium des Vertrauensaufbaus
- ⊕ **Multipersonelle Entscheidungen**
 - Buying Center: Rollen und Aufgaben
 - Besonderheiten in der Kommunikation
- ⊕ **Wie Dienstleister werben müssen: die besondere Kommunikationspolitik**
 - Positionierung der Kommunikationsbotschaft
 - Inhalte und Emotionalisierung
- ⊕ **Vertriebs- und Dienstleistungsprozesse**
 - Der „Moment der Wahrheit“
 - Blueprintanalysen in der Praxis anwenden
 - Vertrauensbildende Elemente setzen
- ⊕ **Qualitätsmanagement für Leistungen**
 - Übersicht über diverse Methoden und ihre Anwendung in der Praxis
 - Probleme erkennen und lösen
 - Beschwerdemanagement
- ⊕ **Dienstleistungspersonal**
 - Kundenzufriedenheitsermittlung
 - Mitarbeiter und Kundenorientierung
 - Der „Turm der Kundenzufriedenheit“

Termine:

23. – 24. April 2014, Hamburg
The George Hotel Hamburg

25. – 26. Juni 2014, München
Fleming's Hotel München-City

8. – 9. Oktober 2014, Hamburg
The George Hotel Hamburg

26. – 27. November 2014, München
Fleming's Hotel München-City

Dauer:

9.00 bis ca. 17.00 Uhr

Teilnehmerzahl:

max. 12 Teilnehmer

Seminarleiter:

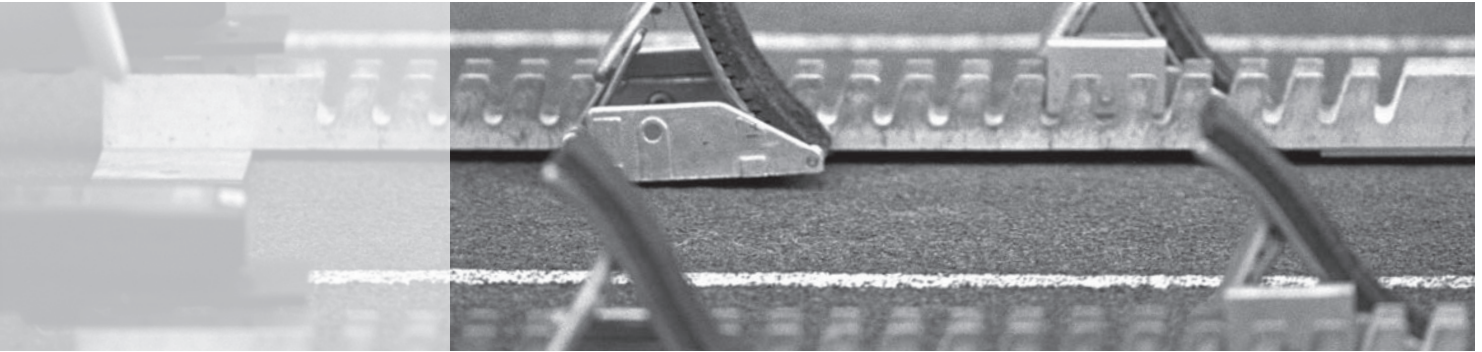
Dipl.-Bw. Thomas Scheuer,
Marketingbetriebswirt

Teilnahmegebühr:

1.180,00 € pro Person zzgl. MwSt.,
inklusive ausführlicher Seminarunterlagen,
unbegrenzt Kaltgetränke, zwei
Kaffeepausen mit Snacks und mehrgängiges Mittagessen

Eintägiges Seminar

Erfolgreiche Marketingkonzepte planen und umsetzen



Für ein erfolgreiches Marketing ist die Entwicklung eines unternehmensspezifischen Marketingkonzepts für die Vermarktung der Dienstleistungen eine unumgängliche Voraussetzung.

Im eintägigen Seminar lernen Sie alle für die strategische Marketingplanung relevanten Schritte kennen. Unter anderem die praktische Durchführung der Analysen, um basierend darauf handfeste Ziele und Marketingstrategien entwickeln und definieren zu können.

Dazu vermitteln wir Ihnen das Erreichen der Marketingziele durch die Umsetzung der Marketingstrategien in die sieben Marketinginstrumente hinein.

Durch viele praktische Beispiele aus dem Alltag der Erstellung von Marketingkonzepten für kleine Unternehmen ebenso wie für multinationale Konzerne erfahren Sie praxisnahe Tipps für die Erarbeitung und Umsetzung eines strategischen Marketingkonzepts zur Vermarktung Ihrer Leistung.

Die Seminarinhalte (Auszug):

⊕ Aufbau von Marketingkonzepten

- Bewährte Strukturen und Vorgehensweisen
- Abkürzungen und Sackgassen
- Hilfsmittel und Checklisten

⊕ Analysen: Grundlage für Konzepte

- Unternehmensanalyse
- Wettbewerbsanalysen und Nischenmärkte
- Branchenanalyse und -prognosen
- Markt- und Anforderungsanalyse
- Kundenkontaktpunktanalyse (Blueprinting)
- Erweiterte SWOT-Analyse

⊕ Marketingziele: Fahrplan in die Zukunft

- Die Ordnung der Unternehmens-, Marketing- und Instrumentalziele
- Praxistaugliche Zieldefinition

⊕ Marketingstrategien

- Marktpositionierung zur Differenzierung und Alleinstellung
- Von Kundenanforderungen zur überzeugenden Kaufargumentation mit Alleinstellungsmerkmal
- Alle Marktbearbeitungsstrategien im Detail

⊕ Marketinginstrumente

- Die Erstellung von Instrumentalzielen aus den Marketingzielen
- Aus der Strategie operative Handlungen ableiten
- Auswirkungen auf die sieben Marketinginstrumente
- Entwicklung und Inhalte von Kommunikationskonzepten
- Berücksichtigung besonders für Dienstleister relevanter Faktoren
- Erstellen einer realistischen Ressourcen- und Umsetzungsplanung

⊕ Marketingcontrolling

- Steuerung operativer Marketingmaßnahmen und ihre Kontrolle
- Konzeptkonformes Briefing, Steuerung von Marketingdienstleistern
- Überprüfung und Weiterentwicklung strategischer Ausrichtungen

Termine:

27. Juni 2014, München
Fleming's Hotel München-City

Dauer:

9.00 bis ca. 17.00 Uhr

Teilnehmerzahl:

Max. 12 Teilnehmer

Seminarleiter:

Dipl.-Bw. Thomas Scheuer,
Marketingbetriebswirt

Teilnahmegebühr:

680,00 € pro Person
zzgl. MwSt., inklusive ausführlicher Seminarunterlagen, unbegrenzt Kaltgetränke, zwei Kaffeepausen mit Snacks und mehrgängiges Mittagessen

Eintägiges Seminar

Dienstleistungsmarken entwickeln und führen



Für Dienstleistungs- und Serviceunternehmen ist aufgrund der Immaterialität der Leistungen eine starke Marke als vertrauensbildender Anker noch wichtiger als für produzierende Unternehmen.

Zugleich aber sind Markenaufbau und -führung komplexer, da der Produktbezug fehlt und die individuelle Kundenwahrnehmung der Leistungsprozesse im Mittelpunkt der Markenbewertung steht.

Das Seminar führt Schritt für Schritt durch den Aufbau einer wirkungsvollen und starken Dienstleistungsmarke und zeigt geeignete Modelle und Strategien für die erfolgreiche Positionierung auf. Die Seminarinhalte:

- ⊕ **Bedeutung der Dienstleistungsmarke**
 - Dienstleistungs- und Produktversprechen und ihre Marken im Vergleich
 - Auswirkung auf die Markenpolitik
- ⊕ **Einfluss und Wirkung der Marke**
 - Tangibilisierung immaterieller Leistungen
 - Konzentration der Wahrnehmung
 - Aufbau von Sicherheiten anhand Qualitätsversprechen durch die Marke
 - Aufbau von Wechselbarrieren
- ⊕ **Die richtige Markenarchitektur**
 - Dachmarken, Familienmarken, Einzelmarken und ihre sinnvollen Einsatzgebiete
 - Hierarchie und Kombination von Marken
- ⊕ **Markenidentität**
 - Das Markensteuerrad in der Praxis
 - Einflussfaktoren einer Marke
 - Prägung durch Vision, Mission und Werte
 - Selbstbild und Fremdbild
- ⊕ **Markenstrategie**
 - Zieldefinitionen für Markenstrategien
 - Markenprofilierung durch Positionierung
 - Definition der Zielgruppe als Erfolgsfaktor
- ⊕ **Gestaltung einer Dienstleistungsmarke**
 - Markenelemente und ihre Bedeutung
 - Farbgestaltung und Formgebung
 - Der Markenname als Schlüsselement
 - Vor- und Nachteile eines Re-Designs
- ⊕ **Markenwahrnehmung**
 - Der Markenbeziehungslebenszyklus
 - Formen der Markenbeziehungen
 - Touchpoint-Management via Blueprinting
 - Mitarbeiter als Markenbotschafter
- ⊕ **Markentransfer und -dehnung**
 - Markenmigration
 - Übertragung der Markenstärke auf neue Dienstleistungen und Services
 - Muttermarke und Subbrands
 - Marken-Kooperationen
- ⊕ **Neue Herausforderungen**
 - Dienstleistungsmarken im Wandel
 - Employer Branding
 - Digitale Revolution

Termin:
25. April 2014, Hamburg
The George Hotel Hamburg

Dauer:
9.00 bis ca. 17.00 Uhr

Teilnehmerzahl:
Max. 12 Teilnehmer

Seminarleiter:
Dipl.-Bw. Thomas Scheuer,
Marketingbetriebswirt

Teilnahmegebühr:
680,00 € pro Person
zzgl. MwSt., inklusive ausführlicher Seminarunterlagen, unbegrenzt Kaltgetränke, zwei Kaffeepausen mit Snacks und mehrgängiges Mittagessen

Eintägiges Seminar

Wie Mitarbeiter Kunden begeistern: Kundenorientierung des Personals



Begeisterte Kunden von Dienstleistungen sind in hohem Maß das Ergebnis von Mitarbeitern, die kundenorientiert denken und handeln – authentisch und nicht aufgesetzt.

Dieses Seminar zeigt Ihnen praxisnahe und bewährte Methoden zur Steigerung der Kundenorientierung und wie es gelingt, die Mitarbeiter eines Unternehmens so in einen Prozess zu integrieren, dass sie freiwillig und authentisch stärker kunden- und serviceorientiert sind.

Das Seminar ist daher ausgerichtet auf Inhaber, Geschäftsführer, Führungskräfte sowie Marketing- und Personalverantwortliche. Der Seminarinhalt (Auszug):

⊕ Kundenorientierung konkret

- Was Kundenorientierung ist und was nicht
- Interne und externe Kundenorientierung

⊕ Das Personal als Marketinginstrument

- Funktionen des Personals im Marketingmix
- Schnittstellen zu anderen Instrumenten
- Verantwortlichkeitsproblematik in Unternehmen und ihre Lösung
- Die herausragende Bedeutung von kundenorientiertem Personal
- Service-Profit-Chain

⊕ Mysterium Kundenzufriedenheit

- Die Faktoren der Kundenzufriedenheit
- Kundenzufriedenheit messbar machen: praxisnahe Methoden und Auswertungen
- Das Kano-Modell der Kundenzufriedenheit

⊕ Kundenorientierte Unternehmensführung

- Die Vision zur Kundenorientierung
- Ausrichtung der Organisationsstrukturen

- Implementierung von Steuerungssystemen
- Werte, Normen und Standards als Ausdruck der Unternehmenskultur

⊕ Qualitätsmanagement in Dienstleistungs- und Serviceprozessen

- Methoden der Qualitätssicherung
- Durch das GAP-Modell Qualitätslücken (und ihre Ursachen) finden und schließen
- Aktives Beschwerdemanagement fördern

⊕ Zielgerichtete Personalentwicklung und -führung zu höherer Kundenorientierung

- In sechs Schritten zum Erfolg
- Wissen, Kompetenz und Motivation – wie Sie alle drei Voraussetzungen schaffen
- Nachhaltige Methoden gekonnt einsetzen
- Dauerhafte Eigenmotivation des Personals fördern und sicherstellen
- Transfersicherung und Erfolgskontrolle

⊕ Erfolgreiche Prozesse moderieren

- Wie Sie Mitarbeiter in den Prozess der Kundenorientierung integrieren
- Instrumente im Veränderungsprozess
- Erstellung und Zusammensetzung von Arbeitsgruppen
- Strukturierte Vorgehensweise im „Turm der Kundenorientierung“
- Vor- und Nachteile der Gruppendynamik
- Wie Sie Bedenkenträger und Verweigerer zu Botschaftern machen
- Die Sicherstellung der Nachhaltigkeit

Termin:
28. November 2014, München
Fleming's Hotel München-City

Dauer:
9.00 bis ca. 17.00 Uhr

Teilnehmerzahl:
Max. 12 Teilnehmer

Seminarleiter:
Dipl.-Bw. Thomas Scheuer,
Marketingbetriebswirt

Teilnahmegebühr:
680,00 € pro Person
zzgl. MwSt., inklusive aus-
führlicher Seminarunterlagen,
unbegrenzt Kaltgetränke, zwei
Kaffeepausen mit Snacks und
mehrgängiges Mittagessen

Eintägiges Seminar

Strategischer Dienstleistungsvertrieb: Konzepte, Planung, Umsetzung, Praxis



Der Vertrieb von Dienstleistungen wird aufgrund hoher Erklärungsbedürftigkeit oft von Experten ihres Fachs durchgeführt – ohne das nötige Rüstzeug für den strategischen Vertrieb.

Das Seminar führt gezielt in fünf Schritten zur Entwicklung einer erfolgreichen Vertriebspraxis und informiert dabei gleichermaßen über Vertriebsziele, -strategien, -instrumente sowie Soft Skills für den wirkungsvollen Auftritt des Vertriebspersonals:

- **Der Vertrieb – ein unterschätztes Marketinginstrument mit hohem Potenzial**
 - Bedeutung des Vertriebes bei der Umsetzung der Unternehmens- und Marketingstrategie
 - Stärken und Schwächen im persönlichen Verkauf
- **Schritt 1: Vertriebsinformationen erkennen und nutzen**
 - Wettbewerbsbeobachtungen
 - Entscheiderstrukturen kennen
 - Vertriebsinformationen erfolgreich steuern
- **Schritt 2: Der Vertrieb als Umsetzer des Marketingmix beim Kunden**
 - Vertriebsziele richtig setzen und anwenden
 - Vertrieb und die 7 P des Marketingmix
- **Schritt 3: Erfolgreiches Vertriebskonzept**
 - Erarbeiten differenzierter Vertriebsziele
 - Organisations- und Kommunikationsstruktur des Vertriebes von „heute und morgen“
 - Steuerungssysteme der Vertriebsarbeit
 - Instrumente der Vertriebsplanung
- **Schritt 4: Erfolgsfaktor Vertriebsführung**
 - Entwicklung individueller Leistungs- und Kundenziele pro Verkäufer
 - Aktivitätenplanung aus Sicht der Führungskraft
 - Verkaufsleitungspläne entwickeln
 - Die Vertriebsmannschaft – systematischer Qualifizierungsprozess für Mitarbeiter
 - Fehler im Qualifizierungsprozess vermeiden
- **Schritt 5: Vertriebskonzeption in der Praxis**
 - Motivation von Vertriebsmitarbeitern
 - Systematische Aktivitätsplanung im Vertrieb
 - Kundenselektion nach strategischen Kriterien
 - Vertriebskennzahlen kennen und praxisgerecht anwenden
 - Kundenkontakt managen, steuern und zielorientiert aufbauen
 - Vertriebsarbeit mit Bedarfsprofilen
 - Kundensituationen kennen und meistern
- **Vertriebskompetenzen entwickeln und ausbauen**
 - Durchsetzungsstärke und Abschluss-sicherheit erlangen
 - Umgang mit Stress und Misserfolg
 - Aktives Handeln und Ausdauer
 - Kundenorientierung des Vertriebspersonals
 - Außenwirkung verbessern
 - Soziale Kompetenz stärken
 - Begeisterungsfähigkeit

Termin:
10. Oktober 2014, Hamburg
The George Hotel Hamburg

Dauer:
9.00 bis ca. 17.00 Uhr

Teilnehmerzahl:
Max. 12 Teilnehmer

Seminarleiter:
Stefan Koszewski,
Marketingbetriebswirt

Teilnahmegebühr:
680,00 € pro Person
zzgl. MwSt., inklusive ausführlicher Seminarunterlagen, unbegrenzt Kaltgetränke, zwei Kaffeepausen mit Snacks und mehrgängiges Mittagessen

Eine vorausgehende Teilnahme am Intensivseminar „Marketing und Vertrieb für Dienstleistungen und Services“ als Grundlage für dieses Seminar wird empfohlen.

Jetzt gleich buchen!

www.marketingberatung.de
info@marketingberatung.de
Fon +49 (0)5131.908 63.60
Fax +49 (0)5131.908 63.86

„Trotz 15-jähriger Vertriebs Erfahrung
(z. T. in Leitungsfunktionen) einiges
dazugelernt.“

„Es wurde viel Wissen vermittelt ohne
die Instrumente außer Acht zu lassen.“

„Sehr strukturiert und gut verständ-
lich, gute praktische Beispiele.“

„Vortragsstil: locker und kompetent.“

„Viele praktisch einsetzbare Anregun-
gen, sehr gutes Eingehen auf Fragen
und gutes Eingehen auf konkrete
Situation.“

„... verständlich, interessant und mit
anschaulichen Beispielen.“

„Ich werde den Kurs weiterempfehlen!“

„Habe viele neue Erkenntnisse für unser
Unternehmen gewonnen.“

„Es hat sich wirklich gelohnt und ich
kann jetzt einige Dinge anpacken und
umsetzen.“

„... hätte auch einen Tag länger
dauern können.“

Scheuer Marketingberatung GmbH & Co. KG

Standort Hannover:

Pahlswinkel 9, 30826 Hannover-Garbsen
Fon +49 (0)5131.908 63.60
Fax +49 (0)5131.908 63.86
hannover@marketingberatung.de

Standort München:

Pilotystraße 4, 80538 München
Fon +49 (0)89.255 571.26
Fax +49 (0)89.255 571.27
muenchen@marketingberatung.de

Standort St. Gallen:

Äusserer Sonnenweg 5, 9000 St. Gallen
Fon +41 (0)71.671 12.50
Fax +41 (0)71.671 12.51
schweiz@marketingberatung.ch

info@marketingberatung.de
www.marketingberatung.de