

Ausbildungsplan: Marketing & Vertrieb für Kleinunternehmer

Zielgruppe:

Kleinunternehmer, hauptsächlich aus Weinbau, Gastronomie, Tourismus und Dienstleistungsangeboten. Das Ausbildungsangebot ist berufsbegleitend.

Bildungsziele:

- Erwerben der Kompetenzen hinsichtlich Vision, Organisation und Verkaufserfolgen
- Entwickeln der eigenen Persönlichkeit bezüglich Kommunikation, Zeitmanagement
- Erlernen zu den Themen Verkaufsstrategie, Verkaufssteuerung, Verkaufspsychologie und Produktpräsentation
- Aneignen der Marketing-Fähigkeiten für Ziele, Strategie sowie Marketingplan und Verkaufsplanung vom Privatkunden, über Gastronomie hin zum Großkunden im persönlichen Kontakt wie am Telefon.
- Marketingorientierte und verkaufstarke Führung des Unternehmens

Inhalte:

- Marketing: Positionierung, Analyse, Zielgruppen
- Aufbau einer Marke
- Verständnis der Wirksamkeit verschiedener Kommunikationskanäle im Maßnahmenmix
- Social Media: Strategie und Storyboards für professionelle Postings auf verschiedenen Kanälen, Facebook Marketing, Google Ads
- Strategische Homepage-Gestaltung: Aufbau, Textierung, Bildkonzepte
- Newsletter/ Direct Marketing/Onlinemarketing: Wirkung, Konzeption, Texterstellung
- PR: Gute Redaktion erkennen, Zusammenarbeit mit den Medien
- Verkaufsstrategie, Verkaufssteuerung, Verkaufspsychologie
- Telefonverkauf und Terminakquise
- Individuelles Verkaufstraining und Präsentationstraining persönlich und am Telefon
- Die Marke ICH

Der Ausbildungsplan umfasst 5 aufeinander aufbauende Schritte:

1. Markenaufbau, Positionierung, Analyse und Zielgruppe, Strategie
2. Maßnahmenmix, PR, Direktmarketing, Online und Social Media
3. Vertrieb und Verkauf: Vertriebsaufbau und Umsetzung incl. Individuelles Verkaufsgesprächstraining
4. Coachingprozess zur Marke ICH
5. Arbeit: Markteinführung und Maßnahmenplanung

Termine und Kosten

Modul 1: 19.8.2019 bis 24.1.2019, 228 Lehreinheiten a 1 Stunde

Modul 2: 24.2.2020 bis 26. Juni 2020, 180 Lehreinheiten a 1 Stunde

Maximale Teilnehmerzahl: 8 Personen

Preis: Euro 14.575,00 pro Person für beide Module, 408 Lehreinheiten a 1 Stunde (60 Min.) inkl. Manuskripte und Teilnehmerunterlagen sowie Beurteilung und Korrektur der Arbeit. Zahlungskonditionen: Zahlbar mit Kursbeginn, ohne Abzug

1. Marketings: Positionierung, Analyse und Zielgruppe, Strategie

- Ist-Analyse
- Konkurrenz Analyse
- Positionieren im Wettbewerb
- Marketinginstrumente und ihr richtiger Einsatz im Mix
- Marktforschung richtig lesen lernen
- Marketingplanung und Strategieentwicklung
- Erfolgskontrolle
- Nutzung der Wirksamkeit von Marketing für Sales-Aktivitäten

Lehreinheiten: 70 Stunden

2. Markenaufbau

- Was ist eine Marke und was kann sie
- SWOT-Analyse

Lehreinheiten: 40 Stunden

3. Maßnahmenmix:

- Kommunikationskanäle richtig einsetzen können
- Reizwahrnehmung der Zielgruppe
- Nutzung und Timing Marketingmaßnahmen mit meinem Verkaufsgespräch
- Wirkung, Einsatz verschiedener Elemente im Maßnahmenmix
- Kuschelmarketing: Der richtige Reiz aller Sinne in der Werbung
- Eyecatcher und Key visuals
- Vermittlung der Grundlagen angewandter Werbepsychologie
- Marketingmaßnahmen als Sprungbrett für den Verkauf

Lerneinheiten insgesamt: 50 Stunden

4. Social Media & Google

- Wirkweise verschiedener Social Media Kanäle
- Auswahl und Aufbau von Social Media Kanälen
- Content Planing: Konzept, Umsetzung: Welche Postings sind für welche User interessant / Hashtags
- Aufbau einer hochwertigen Follower Gemeinschaft
- Facebook Kampagnen erfolgreich steuern
- Erfolgreiche Bildkommunikation
- Google Ads: Kampagnenkreation, Keywords und Umsetzung

Lerneinheiten insgesamt: 60 Stunden

5. Strategische Homepagegestaltung

- Kennenlernen des Userverhaltens: Was sucht er wo
- Didaktisch richtiger Aufbau einer Seite
- Do it yourself CMS Systeme im Vergleich
- Textstil und optische Gestaltungsrichtlinien
- SEO

Lerneinheiten: 25 Stunden

6. Newsletter / Direct Marketing / Onlinemarketing

- Jeder Schriftverkehr ist Teil des Direktmarketings
- Verfassen von Briefformen und Newslettern
- Aufbau einer Adressdatei: Datenbanken, Akquise und rechtliche Grundlagen
- Textierung und Bildersprache
- Wirkung und Erfolgskontrolle, Interaktivität

Lerneinheiten insgesamt: 33 Stunden

7. PR und Medienzusammenarbeit

- Medien verstehen lernen
- Aufbereitung der Unterlagen für Medien
- Beurteilung und Verfassung von PR-Texten
- Umgang mit Medien
- Organisation einer Pressekonferenz

Lerneinheiten insgesamt: 25 Stunden

8. Vertriebsaufbau

- Analyse und Datenaufbau
- Richtiges Timing
- Verkaufsunterlagen
- Besuchsplanung und Besuchsvorbereitung

Lerneinheiten insgesamt: 20 Stunden

9. Verkaufsstrategie und Verkaufstraining

- Werbe- und Verkaufspsychologie
- Ungewusste innere Muster, Werte und Strategien in Gesprächs-, Verhandlungs- oder Verkaufssituationen zu erkennen, um effizienter verkaufen zu können.
- Grundzüge des Verkaufsgesprächs kennen und auf die eigene Strategie umsetzen lernen
- Präsentationstechniken zur eigenen Körpersprache lernen
- Verbale und nonverbale Kommunikation
- Steigerung des Verkaufserfolgs durch kundenorientiertes Verhalten
- Umgang mit Kritik, Reklamation und unfairm Verhalten
- Zielorientierung im Verkaufsgespräch
- Abschlusstechniken und Preisargumentation
- Verkauf analog zur Marketingstrategie
- Telefongespräch – Terminakquise
- Der gute Kontakt zum Kunden
- Unterschiede erkennen – was denkt mein Kunde, durch gezielte Fragen den Kunden besser verstehen
- Training: Kundenumfeld und seine Probleme erkennen, Produkt als Lösung anbieten

Lehreinheiten gesamt: 70 Stunden

10. Die Marke ICH

- SWOT der Marke ICH
- Wie steht meine Marke ICH im Verhältnis zu meiner Unternehmerfunktion
- Istanalyse - Sollanalyse

Lehreinheiten gesamt: 15 Stunden

11. Praxisteil

- Erstellung einer Arbeit: Markteinführung und Maßnahmenplanung
- Umfang: 20 A4 Seiten