

## “Inspirieren Sie Ihre Mitarbeiter - und bringen Sie mit ihnen Ihre Marketingstrategie in Gang.”

Celemi Livon Lite™ vermittelt auf schnellem Weg die Grundsätze des Marketings und des Markenaufbaus (Branding). Der Ausgangspunkt sind vier Unternehmen, die sich in einem engen Marktsegment einen harten Konkurrenzkampf liefern. Differenzierung ist kaum vorhanden, die Kunden wandern zu und ab, da keine große Bindung besteht.

*Die Teams müssen nun entscheiden, wie sie ihre begrenzten Mittel einsetzen, um eine Auswahl von bestimmten Kunden zu gewinnen.*

Dabei sind einige Kernpunkte zu diskutieren:

- Wie können wir einen Kundenstamm aufbauen und dauerhaft aufrechterhalten?
- Was sind unsere Stärken - und wie können wir sie wirksam einsetzen?
- Welches Profil möchten wir am Markt haben – und wie bekommen wir das?

Die Wahrnehmung seitens des Kunden und seine Präferenzen ändern sich. Es kommt darauf an, wie er im Laufe der Zeit behandelt wird. Das wirkt sich mehr oder weniger stark auf den möglichen Marktanteil aus!

Die teilnehmenden Teams bewerten ihre Leistung:

- Konnten Sie eine Marktposition finden und beibehalten?
- Konnten Sie die gewünschten Kunden gewinnen?
- Ließ sich das anvisierte Preisniveau halten?
- Haben sie mehr ausgegeben als eingenommen?



### Was unsere Kunden sagen:

*“Eine schnelle und schöne Art, um unsere Marketingstrategie zu vermitteln. Der Wettstreit mit den Kollegen spornt einen dazu an, das Beste zu geben. Danke!”*

– Verkaufsleiter eines multinationalen Unternehmens, Russland

*“Wirklich geeignet, um großen Zuhörergruppen die Grundbegriffe des Marketings zu vermitteln. Ein paar Stunden, die wirklich einmal nützlich waren.“*

– Aus- und Fortbildungsleiter einer Versicherungsgruppe, Naher Osten.

*“Lustig und gleichzeitig informativ!”*

– Management Consultant, Schweden

## Der Kunde ist König, oder?

**Wer hat etwas davon?**

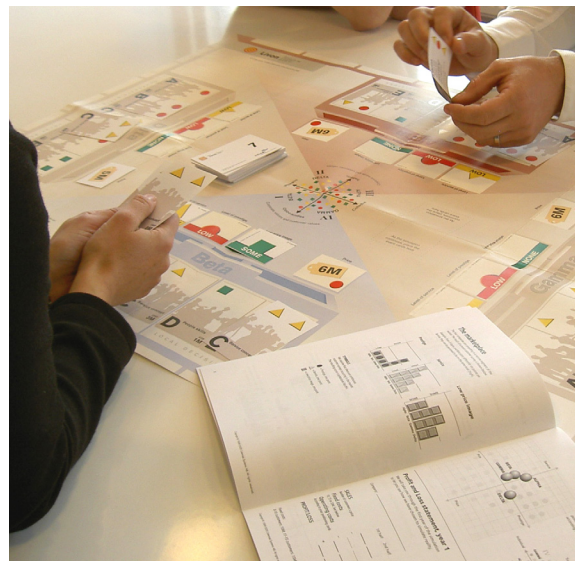
- Produktmanager, die für Markteinführungen verantwortlich sind
- Vertriebs- und Marketingmitarbeiter auf zentraler Konzernebene - werden für produktspezifische Fragestellungen sensibilisiert (und umgekehrt).
- Bei Firmenzusammenschlüssen oder Firmenübernahmen: Markenverschmelzung und Vermittlung des neuen Konzepts.
- Franchise-Unternehmen, die überall einheitlich auftreten möchten.
- Marketing-Profis bei der Vorstellung von Marktforschungsergebnissen und darauf basierenden Ausblicken.
- Verkäufer können sich besser auf eine gezielte Kundenanwerbung und die Kunden selbst einstellen und ihre Prioritäten setzen.
- Marketing-Berater, durch Angebot dieses Seminars als zusätzliche Fortbildungsmaßnahme für eigene Kunden.

**Schlüsselergebnisse**

- Ausrichtung auf das “Big Picture”, das Große und Ganze und ein besseres Verständnis von Marketingstrategie Taktik.
- Bessere Entscheidungen in Hinblick auf die effiziente Nutzung des Marketing-Budgets.
- Schnellere Reaktion auf Kundenbedürfnisse und Kundenwünsche.
- Eingehendes Verständnis der Auswirkung von Entscheidungen auf das Gesamtgeschäft.
- Ansporn zur “Glocal Performance” - global sowie lokal erfolgreich sein.

**Schlüsselkonzepte**

- Kaufverhalten des Kunden
- Marktpositionierung
- Zielgruppen
- Brand Mapping
- Preispolitik
- Image Tracking
- Budgetplanung

**Fakten****Material**

Auf Karten basierende Unternehmenssimulation

**Teilnehmerzahl**

Vier bis mehrere tausend Teilnehmer auf einmal oder in parallelen Seminaren. Die Teilnehmer bilden Teams von 3-4 Personen. Ein Trainer je 25-30 Personen.

**Teilnehmer**

Verkaufs- und Marketingmitarbeiter

**Zeitbedarf**

4-6 Stunden.

**Seminarleitung**

Von Celemi zertifizierte Trainer.

**Sprachen**

Wir übersetzen unsere Produkte fortwährend, bitte fordern Sie eine aktuelle Liste an über: [www.celemi.com](http://www.celemi.com)