



Titel

**Professionelles
Teile & Zubehör
Marketing**

Dauer

2 Tage

Ziele

Die Teilnehmer

- lernen, was T&Z Marketing ist
- definieren ihr individuelles T&Z Portfolio
- können das Erlernte im Alltag gemeinsam mit ihren Mitarbeitern und Kollegen umsetzen

Inhalte

- Erstellen einer Marketinganalyse
 - Eigenanalyse (Stärken/ Schwächen)
 - Verkaufskanäle (B to C, B to B)
 - Wettbewerbsanalyse
 - von den Besten lernen
- Marketingplanung
 - Grundlagen des Marketing
 - Marketingstrategien
 - Kennzahldefinition
 - Preisgestaltung
- Marketingdurchführung
 - Dienstleistungsportfolio
 - Saisonales Marketing
 - Maßnahmenplanung
- Marketingkontrolle
 - Controlling
 - Abweichungsanalyse
 - Maßnahmenplanung

Zielgruppen

Aftersalesmanager oder Teileleiter

Kommentare

„Sie brauchen jeden Tag mindestens einen Kunden mehr, um die gleichen Umsätze und Erträge wie gestern zu erreichen“. Autohaus Akademie 3/2005