



Dienstleistungen und Services erfolgreich vermarkten

Seminarprogramm 2012

Mit vielen Tipps und
Beispielen aus der
Marketing-Praxis

Offene Seminare
Inhouse-Schulungen



Thomas Scheuer ist geschäftsführender Gesellschafter einer spezialisierten Marketingberatung für Dienstleistungsunternehmen und Firmen mit hohen Serviceanteilen. Durch viele Beratungsprojekte und seine frühere 10-jährige Tätigkeit als Geschäftsführer einer Werbeagentur sind seine Seminare äußerst praxisgerecht und bieten einen hervorragenden Mix aus Theorie und Praxis.

Warum Dienstleistungsmarketing?

Und dazu dann auch noch eigene Seminare und Schulungen für das Marketing für Dienstleistungen und Services? Reicht das klassische Marketing nicht aus oder sagt einem nicht der gesunde Menschenverstand, was richtig oder falsch ist?

Wenn wir uns die Ausbildungs- und Studiengänge der Akademien und Hochschulen ansehen, stellen wir fest, dass das Marketing mit seinen vier Marketinginstrumenten (4 Ps) nach wie vor Stand der Dinge zu sein scheint. Aber die Realität sieht anders aus: Weit über 70 % der Erwerbstätigen im deutschsprachigen Raum sind im Dienstleistungssektor beschäftigt und die von ihnen erstellten Dienstleistungen sind mitnichten mit den klassischen vier Marketinginstrumenten (Product, Price, Promotion, Place) zu vermarkten.

Denn Marketing und Vertrieb der im Vorfeld zumeist unsichtbaren und nur schwer erlebbaren Dienstleistung erweisen sich in der Praxis komplexer und schwieriger. So ist es nicht verwunderlich, dass die Wissenschaft schon seit Jahrzehnten im Dienstleistungsmarketing von sieben statt nur vier Marketinginstrumenten spricht. Aber dies scheint leider aufgrund fehlender Verbreitung durch die Hochschulen bislang nur wenig Fuß gefasst zu haben.

Grund genug, einen intensiveren Blick auf die weiteren Marketinginstrumente zu werfen, die nötig sind, Marketing und Vertrieb für Dienstleistungen erst richtig effizient werden zu lassen. Dazu bieten sich unsere praxisorientierten Seminare an, in die wir unsere jahrelange Beratungspraxis und Erfahrung aus der operativen Umsetzung in kleinen regionalen Unternehmen ebenso wie in weltweit agierenden Konzernen einfließen lassen und somit auch aktuelle und praxisrelevante Beispiele demonstrieren können.

Es lohnt sich also, sich etwas Zeit zu nehmen, neue Richtungen, Anregungen und Tipps zu erhalten, um Ihr Marketing künftig effizienter zu gestalten!

Ich freue mich, Sie bei einem unserer Seminare kennenzulernen.

Thomas Scheuer
Marketingbetriebswirt

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

„Kundenorientiert und flexibel.“

„Sehr strukturiert und gut verständlich, gute praktische Beispiele.“

„Vortragsstil: locker und kompetent.“

„Viele praktisch einsetzbare Anregungen, 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.“

„Klar und schlüssig aufgebaut.“

MARKETING & VERTRIEB FÜR DIENSTLEISTUNGEN

2-TÄGIGES INTENSIVSEMINAR

Dienstleistungen und Services können Kunden im Vorfeld nicht begutachten und bewerten. Das Risiko, die „Katze im Sack“ zu kaufen, ist für den Interessenten aus seiner Sicht enorm.

In diesem Intensivseminar erhalten Sie praxisorientiertes Wissen und Material, um Ihren 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.

Aus dem **Seminarinhalt** (Auszug):

- **Begrüßung, Vorstellung, Organisatorisches**
 - **Warum Dienstleistungen nicht wie Produkte vermarktet werden können**
 - Definition Dienstleistungen und Services
 - Eigenschaften von Dienstleistungen
 - **Daraus resultierende Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings**
 - Veränderte Kundenbedürfnisse, verschiedene Unsicherheiten bei der Kaufentscheidung
 - Herausforderungen für den Anbieter
 - Neue Aufgabenstellungen für das Marketing
 - **Der erweiterte Marketingmix für Dienstleistungen**
 - Leistungspolitik, Kontrahierungspolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Personalpolitik, Prozesspolitik, Ausstattungspolitik
 - **Das Käuferverhalten und der Kaufentscheidungsprozess**
 - Die Potenzialphase als Entscheidungstrichter
 - Phasen des Kaufentscheidungsprozesses
 - Arten der auftretenden Unsicherheiten
 - **Kundenerwartungen kennenlernen, auswerten und bedienen**
 - Einflussfaktoren auf die Kundenerwartung
 - Entscheidungskriterien (Search Qualities)
 - **Wie der Vertrauensaufbau gelingt und Unsicherheiten systematisch abgebaut werden können**
 - Unsichtbares sichtbar machen
 - Sicherheiten schaffen
 - Instrumentarium des Vertrauensaufbaus
 - **Wie Dienstleister werben müssen: die besondere Kommunikationspolitik**
 - Positionierung der Kommunikationsbotschaft
 - Inhalte und Emotionalisierung
 - **Markenpolitik: Dienstleistungsmarken aufbauen und führen**
 - Relevanz von Dienstleistungsmarken
 - Markenstrategie und -architektur
 - Markenaufbau und -führung
 - **Multipersonelle Entscheidungen**
 - Buying Center: Rollen und Aufgaben
 - Besonderheiten in der Kommunikation
 - **Vertriebs- und Dienstleistungsprozesse**
 - Der „Moment der Wahrheit“
 - Blueprintanalysen in der Praxis anwenden
 - Entscheidungskriterien und Marke signalisieren
 - Vertrauensbildende Elemente setzen
 - Probleme erkennen und lösen
 - **Das Qualitätsmanagement von Dienstleistungen**
 - Kundenbindung: Qualitätsmanagementmethoden im Überblick und in der Praxis
 - **Ein kreatives Beschwerdemanagement führen**
 - Bedeutung für Dienstleistungsunternehmen
 - Phasen des Beschwerdemanagements
 - Empowerment der Mitarbeiter
 - **Dienstleistungspersonal**
 - Mitarbeiter zu Kundenorientierung führen
 - **Kunden zufriedenstellen oder begeistern?**
 - Kundenzufriedenheitsermittlung
 - Kano-Modell der Kundenzufriedenheit
 - Wege aus dem Hamsterrad
 - **Aktuelle Entwicklungen und Zukunftsaussichten**
- „Guter Wechsel zwischen Theorie und Praxis durch viele verschiedene Praxisbeispiele.“
- „Guter Mix aus Theorie und Anpassung an unsere Arbeit.“
- „Das Seminar mit Ihnen war sehr effektiv und hat auch noch Spaß gemacht!!!“
- „Toll gemacht, nie langweilig.“
- „Sehr guter Mix aus Vortrag, Diskussion, Dokumentation und Betreuung.“
- „Sehr gut inhaltlich strukturiert.“
- „Viel Kompetenz und Praxiserfahrung.“

Seminartermine (täglich von 9 bis 17 Uhr):

- **München:** 1. – 2. März 2012
- **Hamburg:** 26. April – 27. April 2012
- **München:** 5. Juli – 6. Juli 2012
- **Hamburg:** 4. Oktober – 5. Oktober 2012
- **München:** 29. November – 30. November 2012

Die **Teilnehmerzahl** des Intensivseminars ist stark limitiert (auf maximal 12 Personen) – somit stellen wir optimale Arbeitsbedingungen für einen hervorragenden Transfer auf das jeweilige Unternehmen des Teilnehmers sicher.

Teilnehmer: Das Seminar richtet sich an Verantwortliche und Mitarbeiter aus Marketing und Vertrieb, Unternehmer und Geschäftsführer kleiner und mittelständischer Unternehmen, Freiberufler, Fach- und Führungskräfte mit Zuständigkeit für Services und Dienstleistungen. Es sind keine einschlägigen betriebswirtschaftlichen Vorkenntnisse nötig.

Methoden: Vortrag, Workshop, Diskussion, Übungen, Einzelarbeit, Gruppenarbeit, Erfahrungsaustausch, praktische Firmen- und Branchenbeispiele, Learning by Doing, Visualisierung, Checklisten und Leitfäden, Beratung in Methodenanwendung.

Betreuung: Zusätzlich steht der Seminarleiter jedem Teilnehmer des Intensivseminars für 1 Stunde **Nachbesprechung oder Beratung** per Telefon oder E-Mail zur Verfügung. So erhalten die Teilnehmer auch für den Alltag hilfreiche Unterstützung.

Seminarleiter: Thomas Scheuer, Marketingbetriebswirt (Marketingberater für Dienstleistungsunternehmen, Lehrbeauftragter für Dienstleistungsmarketing für Masterstudiengänge an der Fachhochschule Osnabrück, Fachautor)

Teilnahmegebühr: 990 Euro pro Person – die Gebühr versteht sich inklusive ausführlicher Seminarunterlagen, unbegrenzt Kaltgetränke, zwei Kaffeepausen, inkl. Snacks und mehrgängiges Mittagessen oder Buffet.

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl + Learning by Doing!

„Viele praktische Informationen, die man direkt umsetzen kann.“

„Sehr praxisorientiert, wobei die Grundlagen nicht zu kurz kamen.“

„Die Dokumentation ist sehr nützlich als Arbeitsunterlage im Betrieb.“

„Übersichtlich strukturiert, viele Beispiele und eigene Anteile.“

Jetzt gleich **buchen:**

- www.marketingberatung.de
- info@marketingberatung.de
- Fon +49 (0)5131.9086360
- Fax +49 (0)5131.9086386

INHOUSE-SCHULUNGEN

INDIVIDUELL ANGEPASST

Das links vorgestellte Seminar und viele weitere Inhalte aus dem Themenkomplex Dienstleistungsmarketing, -vertrieb und -management bieten wir seit vielen Jahren erfolgreich auch als maßgeschneiderte **Inhouse-Seminare** an.

Schon ab drei bis vier Teilnehmern sind Inhouse-Schulungen kostengünstiger als die Einzelteilnahme der Mitarbeiter an unseren offenen Seminaren. 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.

Mögliche weitere **Seminar- bzw. Workshopthemen**, ausgerichtet auf Ihre unternehmensspezifischen Belange, sind zum Beispiel:

- Die **Prozesspunktanalyse**: Leistungsprozesse aus Kundensicht wahrnehmen und optimieren
- Mitarbeiter zu mehr **Kundenorientierung** führen
- **Corporate Behaviour**: Ein Verhaltenskodex sichert eine hohe Dienstleistungs- bzw. Servicequalität
- **Reklamations- und Beschwerdemanagement**
- Das **marketingpolitische Instrumentarium** eines Dienstleistungsunternehmens
- Der **Kaufentscheidungsprozess** und wie wir darauf reagieren können
- **Dienstleistungsmarken** entwickeln, aufbauen und erfolgreich führen

Rufen Sie uns an, um Ihren Schulungsbedarf mit uns zu besprechen: Fon +49 (0)5131.9086360

Gerne nennen wir Ihnen Referenzen, damit Sie sich von der Qualität der Trainings überzeugen können.

„Sehr konkret und praxisorientiert.“

„Es hat mir viel Freude gemacht!
Vielen Dank!“

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

„Das Eingehen auf persönliche und individuelle Bedürfnisse und Anforderungen hat mich weitergebracht.“

„Ich bin überrascht, wie interessant Marketing überhaupt sein kann. Danke für diesen Einblick!“



ORGANISATORISCHES

ANMELDUNG, SEMINARORTE, HOTELS, VERANSTALTER

Jetzt gleich buchen:

- www.marketingberatung.de
- info@marketingberatung.de
- Fon +49 (0)5131.9086360
- Fax +49 (0)5131.9086386

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung per Post. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir ab dem dritten Teilnehmer 10 % Preisnachlass. Bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie völlig kostenlos stornieren. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich!

Alle Seminarpreise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.

Unsere ausgewählten Seminarhotels:

• Hamburg:

NH Hotel Hamburg Altona * * * *
Stresemannstraße 363 – 369
22761 Hamburg
Fon +49 (0)40.421060-0
Fax +49 (0)40.421060-100

Vom Hauptbahnhof fahren Sie bequem mit der S-Bahn S31/S21 in Richtung Pinneberg/Elbgaustraße bis zur Haltestelle Holstenstraße. Gegenüber der Haltestelle steigen Sie in den Bus Nr. 3 Richtung Schenefelder Platz ein und steigen am Bornkampsweg aus. Das NH Hotel Hamburg Altona liegt in unmittelbarer Nähe zur Bushaltestelle. Das Stadtzentrum mit der Alster, Stadthalle und dem Hafen ist in wenigen Minuten zu erreichen.

• München:

Novotel München City * * * *
Hochstraße 11
81669 München
Fon +49 (0)89.66107-0
Fax +49 (0)89.66107-999

Das moderne 4-Sterne-Hotel Novotel München City liegt im Zentrum der bayerischen Landeshauptstadt, nur wenige Minuten vom Deutschen Museum, dem Kulturzentrum Gasteig und dem Marienplatz entfernt. Das Hotel ist über die S-Bahn-Station Rosenheimer Platz gut mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen.



SCHEUER

MARKETINGBERATUNG

Standort Hannover:

Scheuer Marketingberatung GmbH & Co. KG
Pahlswinkel 9, 30826 Hannover-Garbsen
Fon +49 (0)5131.908 63 60
Fax +49 (0)5131.908 63 86
hannover@marketingberatung.de

Standort München:

Scheuer Marketingberatung GmbH & Co. KG
Pilotystraße 4, 80538 München
Fon +49 (0)89.255 57 126
Fax +49 (0)89.255 57 127
muenchen@marketingberatung.de

info@marketingberatung.de
www.marketingberatung.de

Über den Veranstalter:

Für Dienstleistungsunternehmen und Unternehmen mit hohem Serviceanteil sind wir seit vielen Jahren im strategischen Dienstleistungsmarketing erfolgreich tätig. Dabei unterstützen wir durch Strategie- und Marketingberatung, Begleitung im operativen Marketing und Vertrieb sowie in der Ausgestaltung von Dienstleistungs- und Serviceprozessen, dem sog. Servicedesign.

Konkret leisten wir für unsere Klienten Unterstützung in folgenden Sachgebieten:

- Marketingkonzeption und -strategie
- Dienstleistungsmarkenpolitik
- Operatives Marketing (Begleitung)
- Vertriebskonzeption und -strategie
- Dienstleistungsmanagement:
Prozess- und Personalsteuerung
- Training, Schulung, Coaching