



Verkauf	Wie Sie überzeugend verkaufen Identifikation und Akquisition potenzieller Kunden, Wahl des Vertriebsweges, Aufbau und Organisation von Vertriebsnetzen, Vorbereitung und Durchführung des persönlichen Verkaufs, Verkaufsunterlagen, wirksame Argumentation, After Sales Service, Führung und Kontrolle von Mitarbeitern im Verkauf, Besonderheiten des Verkaufs auf Exportmärkten, Key Account Management
Käuferverhalten und Marketingkonzepte	Käuferverhalten im Dienstleistungs- und Investitionsgütermarketing, Direktkontakt, Risikowahrnehmung, Kundenzufriedenheit, Beschaffungsverhalten in B2B-Märkten
Marketing	Märkte und Marktsegmentierung, Konsumentenverhalten, Kaufverhalten von Organisationen, verhaltensbeeinflussende Faktoren, Produktpolitik, Preis- und Distributionspolitik; Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
Marke	Markenpositionierung, Markenführung und Markenwert, Image, Iagemessung und Imagetransfer
Messe-Marketing	Messen als Kommunikationsinstrument richtig einsetzen, strategische Auswahl von Messen im In- und Ausland, Messeplanung, professionelles Briefing für den Messebauer, das Verkaufsgespräch am Messestand (aktive Besucheransprache, verkaufsfördernde Rhetorik), Erfolgskontrolle durch Kosten-Nutzen Analyse aus der Sicht des Verkaufs
Sales Promotion	Profitable und nachhaltige Verkaufsförderung, Definition, Funktion und Wirkung, Strategie, Kosten-/Nutzen-Rechnung, Planungsprozess, Tools und Techniken, Messung und Analyse, Promotions und Produktgestaltung, Promotions-Kommunikation, Point-of-Purchase, Promotions und CRM, Promotions und die rechtlichen Rahmenbedingungen
Direkt-Marketing	Wie das persönliche Verkaufsgespräch ins schriftliche Gespräch übertragen wird; über das Lese- und Reaktionsverhalten; mehr Response durch Reaktions-Verstärker
Internet in Werbung, Marketing und Verkauf	So nutzen Sie das Internet für Werbe-, Marketing- und Verkaufszwecke; Begriffe und Konzepte, Internet als Teil des Marketing-Mix, Online-Werbung und Mediaplanung, Beurteilung von Websites, Agentru-Briefings- und -Auswahl, Permission Marketing und e-Mail-Marketing, rechtliche Grundlagen, Suchmaschinen und Site-Marketing, Markenführung im Internet, Content- und Content-Management-Systeme, Erfolgsmessung und Web-Controlling, Customer Relationship Management, Alternative Werbeformen, aktuelle Entwicklungen und zukünftige Trends

Distributionspolitik und Handelsmarketing	Vom Produzenten zum Konsumenten; Abgrenzung „Distributionspolitik“, „Trade-Marketing“ und „Handelsmarketing“, Betriebsformen im Einzelhandel und Handelsmarktforschung, Distributionspolitik der Hersteller, Handelsmarketingstrategien und Marketinginstrumente: Sortiment, Service, Preis, Werbung, Verkaufsförderung, Verpackung, Ladenarchitektur, Verkaufspersonal und Standort, internationales Handelsmarketing
Wirtschaftsverträge	Grundzüge und Systematik des Vertragsrechts unter Einbeziehung der speziellen Regelungen für Unternehmer und Konsumenten; Erörterung einzelner Wirtschaftsverträge anhand von Mustern (insb. Kaufvertrag, Gebrauchsüberlassungsverträge, Dienstverträge, Vertriebsverträge)
Marketingplanung und -kontrolle	Unternehmenspolitik, Leitbild, Philosophie und Ziele, Auswahl potentieller Märkte, Bestimmung der Wettbewerbsposition, strategische Entscheidungen: Portfoliostrategie, Wettbewerbsstrategie, Konfrontation/Kooperation, Innovation, Mergers/Akquisitions, Planung der Ressourcen, Markteintrittsstrategie, Markteintrittsalternativen, Marketingmix-Entscheidungen, Budgetierung, Marketing Controlling
Rhetorik im persönlichen Verkauf	Erfolgreich reden, überzeugen und gewinnen. Mit audiovisuellen Hilfsmitteln, gruppenspezifischen Spielen und praktischen Übungen sollen eigene Fehler in der Kommunikation erkannt und behoben werden
Präsentationstechnik	Präsentieren und verkaufen, Bedürfnisse und Interessen ansprechen, Inhalte überzeugend strukturieren, Visualisierung, persönliche Präsentationstechnik im Auftritt vor größeren Gruppen und am Konferenztisch, Auge in Auge mit kritischen Entscheidern und auch in Meetings, strukturiert und flexibel zum Abschluss führen
Körpersprache	Körpersprache bewusst wahrnehmen und gekonnt einsetzen für bessere und bewusstere Kommunikation
Psychologie	Wirtschaftspsychologie, Entscheidungen, Marktpsychologie, Einstellung und Verhalten, Beeinflussungstheorien, Motivationstheorie, Psychologie der Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunalpolitik
Praxisdialog-Marketing	Fallbeispiele aus der Praxis, u.a. zum Thema Verkauf Praktiker und Forscher sprechen zu aktuellen Problemen ihres Fachgebietes oder stellen konkrete Fallbeispiele vor. Vortrag und Diskussion mit dem Referenten
Marketingstudie	Erarbeitung einer Marketingstudie oder Marketingfallstudie (in kleinen Arbeitsgruppen) u.a. zu Verkaufsthemen. Die Betreuung erfolgt durch Praktiker oder Lektoren des Universitätslehrgangs für Werbung und Verkauf. Die erarbeiteten Konzepte werden vor einer Jury öffentlich präsentiert.