

Seminare und E-Learnings — Programm 2020

Marketing & Sales

Digital Brand Management

Content Marketing & Storytelling

Marketing Management

New Work & Essential Skills

Online Marketing

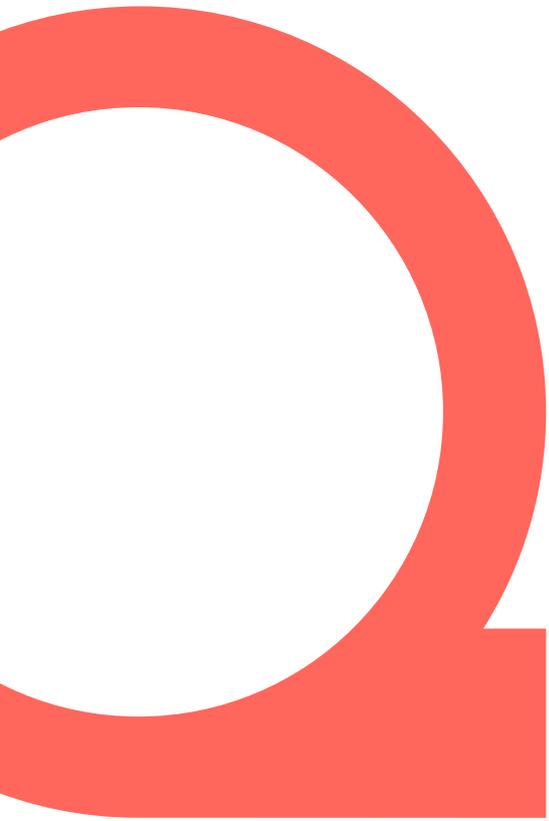
Performance Marketing

Sales Management

Social Media Marketing




Hinterfragen
Transformieren
Aktivieren



Inhaltsverzeichnis

- 5 Quadriga Hochschule Berlin
- 7 Was wir Ihnen bieten
- 8 Das Quadriga-Netzwerk

E-Learning

- 16 Überblick & Ablauf

Themenfeld Online Marketing

- 17 Zertifikatskurs Online Marketing Manager
- 18 Zertifikatskurs Content Marketing Manager
- 18 Online Marketing Essentials
- 19 Social Media Marketing
- 19 User Experience & Usability
- 20 Messenger und Mobile Marketing: Intensivkurs

Themenfeld Performance Marketing

- 21 Zertifikatskurs Performance Marketing Manager
- 21 Zertifikatskurs Data-Driven Marketing Expert
- 22 Performance Marketing
- 22 Suchmaschinenwerbung (SEA)
- 23 Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- 23 Data-Driven Marketing Management
- 24 Praxiswissen Marketing Automation

Themenfeld Digital Brand Management

- 25 Zertifikatskurs Digital Brand Manager
- 25 Strategische Markenführung in der Digitalisierung
- 26 Digital Brand Content

Themenfeld New Work & Essential Skills

- 27 Zertifikatskurs Digital Workplace Manager
- 27 Zertifikatskurs Manager für digitale Transformation
- 28 Zertifikatskurs Agile Expert
- 28 Zertifikatskurs Agile Team Lead
- 29 Praxiswissen Digital Workplace
- 29 Arbeit 4.0 – Arbeiten im digitalen Zeitalter
- 30 Digitale Transformation gestalten
- 30 Digital Leadership
- 31 Change Management
- 31 Praxiswissen Agiles Arbeiten

- 32 Agile Teams führen und entwickeln
- 32 Zusammenarbeit agiler Teams gestalten
- 33 Digital Mindfulness – Umgang mit Digitalisierung am Arbeitsalltag

Seminare

- 35 Überblick & Ablauf

Themenfeld Online Marketing

- 38 Zertifikatskurs Marketing Essentials
- 40 Grundlagen Online Marketing
- 41 Neuromarketing und User Experience für den Erfolg im digitalen Marketing richtig einsetzen
- 42 Influencer Marketing
- 43 Usability & User Experience
- 44 E-Mail-Marketing – aber richtig!
- 45 E-Commerce 2.0 Bootcamp
- 46 Digitale Megatrends

Themenfeld Performance Marketing

- 48 Mit Suchmaschinenmarketing mehr Erfolg im Internet
- 49 Data-Driven Marketing
- 50 Virale PR- und Werbekampagnen entwickeln und umsetzen
- 51 Analytics für E-Commerce und Online Marketing
- 52 Marketing Automation

Themenfeld Marketing Management

- 54 Marketing Strategien für die digitale Transformation
- 55 Strategien in der Marketingpraxis
- 56 Think B2B!
- 57 Multichannel Marketing
- 58 Integrierte Marketing-Kommunikation
- 59 Big Data im Marketing
- 60 Marketing- und Vertriebscontrolling
- 61 International Marketing & Sales (English)
- 62 Markenperformance und Markenwert im digitalen Zeitalter

Themenfeld Content Marketing & Storytelling

- 64 Zertifikatskurs Content Marketing
- 66 Content Marketing für B2B & Institutionen
- 67 Storytelling im Content Marketing

- 68 Anleitung zum (Un-)Kreativsein
- 69 Visual Content – Kreative Bildgestaltung im Social Web

Themenfeld Social Media Marketing

- 71 International Social Media Marketing (English)
- 72 Social Media Marketing
- 73 Social Media Marketing für Fortgeschrittene

Themenfeld Sales Management

- 75 Modernes Vergütungssystem im Verkauf
- 76 Pricing ist Managementaufgabe
- 77 Profit Improvement through Pricing Excellence (English)
- 78 Preisverhandlungen mit dem Einkauf gewinnen
- 79 Winning Negotiations with Procurement (English)
- 80 Erfolgreich mit After Sales Services
- 81 Customer Service Excellence
- 82 Digitalisierung als Chance für mehr Kundenloyalität im B2B-Vertrieb
- 83 Key Accounts in 5 Schritten profitabel managen
- 84 Telefontraining für Vertriebsinnendienst und Kundenservice
- 85 CRM im digitalen Zeitalter
- 86 Social Selling
- 87 Weibliche Stärken vertrieblich nutzen
- 88 Neu in der Vertriebsverantwortung
- 89 Sales Coaching
- 90 Persönlich wirken im Vertrieb
- 91 Emotionales Verkaufen

Certified Executive Programmes

- 94 Überblick
- 96 Certified Digital Marketing Expert
- 96 Certified Sales Expert
- 97 Certified Leadership & Organization Expert
- 97 Vom Certified Executive Programme zum MBA
- 100 Quadriga Forum
- 101 Anreise & Hotelempfehlungen
- 102 Kontakt & Impressum



Quadriga Hochschule Berlin – ein idealer Ort für Ihre persönliche Entwicklung



Die Quadriga Hochschule Berlin ist eine private Hochschule für Management in den Bereichen Public Relations und Kommunikation, Politik und Public Affairs, Human Resources, Vertrieb und Marketing. Die staatlich akkreditierte Hochschule leistet interdisziplinäre Wissensvermittlung und einen hohen Praxisbezug in Forschung und Lehre. Die Studierenden profitieren von einem starken Netzwerk zur Karriereförderung in den jeweiligen Berufsfeldern.

Neben drei berufsbegleitenden Master- und MBA-Studiengprogrammen mit insgesamt acht Vertiefungen werden zahlreiche Weiterbildungsformate auf Executive-Education-Level angeboten, wie Konferenzen, Seminare, E-Learning-Kurse, Certified Executive Programmes oder Business-Festivals.

Als eine von Deutschlands führenden Hochschulen im Leadership-Bereich wurde die Quadriga Hochschule Berlin als „Top Business School Deutschlands“ von DEUTSCHLAND TEST im Jahr 2017 ausgezeichnet. Die Quadriga Hochschule Berlin ist Teil des international ausgerichteten Unternehmens Quadriga, dem Knowledge-Hub für exzellente Bildung, Information, Vernetzung und Business-IT-Lösungen.





v.o.n.u.
Barcamp auf dem Transform your Business Festival
Night of Stars auf dem Vertriebsmanagementkongress
Vortrag

Was wir Ihnen bieten

Wir sorgen für fachliche Exzellenz. Mit Masterstudiengängen und Weiterbildungen bereitet die Quadriga Hochschule Berlin Professionals für den weiteren Karriereweg vor. Unsere Studierenden treten in ein starkes Netzwerk ein und erweitern so ihre beruflichen Chancen zusätzlich.

● Flexible und berufsbegleitende Weiterbildung

Unsere Tagungen, Seminare, E-Learnings und Studienprogramme sind berufsbegleitend und flexibel konzipiert und daher optimal mit Berufs- und Privatleben zu vereinen.

● Eintritt in ein einzigartiges Netzwerk

Durch die Anbindung an das international ausgerichtete Quadriga-Netzwerk profitieren unsere Teilnehmer*innen von einem umfassenden Portfolio für alle beruflichen Bedürfnisse. Unsere Angebote ermöglichen den intensiven Austausch mit Protagonist*innen der Branche für die berufliche und persönliche Weiterentwicklung.

● Konsequente Nähe zur Praxis

Eng verknüpft mit den aktuellen Erfordernissen aus der Branche bieten wir mit einem hohen Praxisbezug in allen Produkten die Möglichkeit, anwendbares Wissen sowohl zu gewinnen als auch unmittelbar umzusetzen.

Ihr starker Netzwerk- Partner für Marketing & Sales

Intensiver Austausch mit der Praxis plus einzigartiges Netzwerkkonzept: Das ist die Quadriga Hochschule Berlin. Mitglieder aus Vorständen und Chefredaktionen, Politikberater*innen, Personalverantwortliche in Konzernen oder Kommunikationschef*innen von NGOs – bei uns kommen hochrangige Berufspraktiker*innen zusammen, um ihre Expertise zu teilen.



Quadriga Q

Quadriga

Quadriga unterstützt Professionals in ihrer beruflichen Entwicklung und Zukunftskompetenz. Als international ausgerichtetes Unternehmen sind wir Anlaufpunkt und Gedankenraum für alle Themen und Bedarfe der Professionalisierung: exzellente Bildung, fachliche Information, berufliche Vernetzung und effektive Business-IT-Lösungen.

quadriga.eu



Die **Vertriebsmanager**
Bundesverband der Vertriebsmanager e.V.

Verbände

Die von Quadriga betreuten Verbände vertreten, als berufsständische Vereinigungen, die Interessen ihrer Mitglieder. Darüber hinaus werden die Mitglieder über Fachmedien zu aktuellen Trends und Hintergründen informiert, durch Weiterbildungsangebote professionalisiert und bundesweit miteinander vernetzt.

dvm.eu



VERTRIEBSMANAGEMENT
KONGRESS — 2019



VERTRIEBSMANAGEMENT KONGRESS — 2020

Tagungen und Kongresse

Unsere Tagungen und Kongresse bieten eine Plattform zum Wissenstransfer relevanter Entwicklungen und Themen. Durch renommierte Referent*innen, aktuelle Best Cases, außergewöhnliche Keynotes und interdisziplinäre Impulse sind sie etablierter Community-Treff der jeweiligen Berufsfelder.

vertriebsmanagementkongress.de

Business Developer **PLUS**

Medien

Unsere Medien bieten zukunftsweisende, relevante Fachinformationen. Sie berichten offline und online, national und international über aktuelle Entwicklungen und Kampagnen, Termine, Positionswechsel, Stellenausschreibungen u. v. m.

vertriebsmanager.de/magazin

Unser Team

So individuell, wie Ihr Bedarf an Qualifizierung, Entwicklung und Veränderung, so individuell ist unser Portfolio für die berufliche Professionalisierung. Auf der Suche nach der passenden Weiterbildung sind wir Ansprechpartner*innen und Impulsgeber*innen zugleich. Wir begleiten Sie daher durchgängig von der persönlichen Beratung bis zur nachhaltigen Realisierung Ihrer Ziele. Die Beratung zu unseren Angeboten erfolgt auf Basis unseres umfangreichen fachlichen Know-hows, abgestimmt auf Ihren individuellen Bedarf.

Marketing



Paul Schlage
E-Learning- und Seminarmanager
paul.schlage@quadriga.eu
+49 (0) 30 44 72 92 72

Sales



Janette Bosy
Seminarmanagerin
janette.bosy@quadriga.eu
+49 (0) 30 84 85 95 95

Seminarberatung



Annika Grundler
Operations Managerin
annika.grundler@quadriga.eu
+49 (0) 30 84 85 91 37

Studium



Henrik Thiesmeyer
Studienleiter
henrik.thiesmeyer@quadriga.eu
+49 (0) 30 44 72 94 10

Aus- und Weiterbildungsprogramm

Derzeit umfasst unser Portfolio drei berufsbegleitende Studienprogramme mit acht Vertiefungen sowie zahlreiche Weiterbildungsformate auf Executive-Education-Level. Das Aus- und Weiterbildungsangebot der Quadriga Hochschule Berlin professionalisiert in den Bereichen Public Relations und Kommunikation, Politik und Public Affairs, Human Resources, Sales und Marketing.

E-Learning

Das E-Learning-Angebot ist eine praxisnahe und standortunabhängige Form der Weiterbildung. Die Webinare finden einmal wöchentlich abends live statt und stehen im Anschluss auf einer kursinternen Plattform auch als Aufzeichnung mit weiteren Studienmaterialien zur Verfügung.

Der direkte Austausch zwischen Referent*in und Teilnehmer*innen macht die E-Learning-Kurse zu einem interaktiven Lernerlebnis. Der Vorteil: Die Teilnehmer*innen lernen flexibel und selbstbestimmt.

Nach erfolgreichem Abschluss erhalten die Teilnehmer*innen je nach gewähltem Format ein Teilnahme- oder Abschlusszertifikat der Quadriga Executive Education, einem Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Seminare

Das umfangreiche Seminarangebot umfasst klassische wie auch top-aktuelle Themen und orientiert sich konsequent an den Bedürfnissen der Teilnehmer*innen. Die maßgeschneiderten Inhalte werden von führenden Expert*innen aus der Praxis präsentiert.

Alle angebotenen Seminare sind auch inhouse buchbar. Dabei orientieren wir uns insbesondere an firmenspezifischen Bedürfnissen und entwickeln für das Unternehmen individuelle Seminare. Unsere erfahrenen Expert*innen coachen die Teilnehmer*innen dann direkt im Unternehmen vor Ort.

Certified Executive Programmes

Certified Executive Programmes sind High-End-Weiterbildungen für Professionals. Die akademischen Zertifikatskurse bieten sowohl Expert*innen als auch Leader*innen genau die maßgeschneiderte praxisbezogene Bildung, die Ihnen fundamentale Vorteile für Ihre Karriere und Organisation und deren Zukunftsfähigkeit auf den Märkten ermöglicht.

Ob interdisziplinäre Kompetenzen, essentielle Skills für VUCA- und digitale Umwelten oder strategisches Detailwissen für erfolgreiche Umsetzungen. Die Certified Executive Programmes ermöglichen als innovative, intensive Weiterbildungen auf höchstem Niveau einen regen Austausch mit Professor*innen, Praxis-Referent*innen und hoch qualifizierten Studierenden.

● Business Coach Ausbildung

Mit der Ausbildung zum Business Coach setzt die Quadriga Hochschule neue Maßstäbe im Business Coaching. Die Ausbildung umfasst zwölf Module über einen Zeitraum von einem Jahr und richtet sich an Personalmanager*innen, Führungskräfte und Fachexpert*innen.

Der integrative Business-Coaching-Ansatz folgt der Überzeugung, dass Coaching und Führung von anspruchsvollen Individuen und agilen Teams nur durch Vertrauen, kluge Kommunikation und die Auswahl der richtigen Coaching-Methoden gelingt.

● Master & MBA

Die Zukunft von Geschäftsmodellen und Ihres Berufs fordert mehr von Ihnen als reines Fachwissen. Deshalb entwickelten wir als Leadership-Hochschule berufsbegleitende M.A.- & MBA-Studiengänge, die Sie auf die fundamentalen Veränderungen Ihrer Unternehmensfunktionen, Branchen und Geschäftsmodelle vorbereiten.

Leadership-Kompetenzen, veränderungsformende Skills und strategische Stärke für digitale Prozesse stehen neben aktuellsten Forschungsergebnissen im Mittelpunkt der MBA-Studiengänge Leadership & Digital Business Transformation, Human Resources, Organization, Digital Marketing Management, Sales Management, Communication oder Public Affairs.

E-Learning

Unsere E-Learning-Kurse ermöglichen exklusives Lernen und Netzwerken mit Deutschlands führenden Expert*innen aus dem Bereich Marketing. Von der Implementierung aktueller Online Marketing-Maßnahmen über zeitgemäße Ansätze für digitales Brand Management und Content Marketing bis hin zum sicheren Einsatz verschiedener Werkzeuge für Performance Marketing-Maßnahmen: Unsere E-Learnings bieten Ihnen maximale Praxisnähe und Aktualität.

16 Überblick & Ablauf

17 Online Marketing

20 Performance Marketing

24 Digital Brand Management

26 New Work & Essential Skills

Effiziente und kontinuierliche Weiterentwicklung

E-Learning ist heute die effizienteste Möglichkeit, um eine kontinuierliche Weiterentwicklung Ihrer beruflichen Kompetenzen zu erreichen, die ideal in Ihren Arbeitsalltag integriert werden kann. Unsere interaktiven Kurse bestehen aus 90-minütigen Webinaren, die einmal wöchentlich abends live stattfinden und Ihnen im Anschluss als Aufzeichnung mit weiteren Lehrmaterialien zur Verfügung stehen. Interaktivität, Flexibilität und Praxisnähe zeichnen unsere E-Learning-Kurse aus. Ausgewiesene Expert*innen vermitteln Ihnen topaktuelles Wissen und innovative Lösungsansätze anhand von Best Cases direkt aus der Praxis. Neben der Teilnahme an den Live-Webinaren können Sie sich die Aufzeichnungen der einzelnen Webinare auf einer kursinternen Plattform beliebig oft und zu jeder Zeit ansehen. Der direkte Austausch zwischen Referent*innen und Teilnehmer*innen macht die E-Learning-Kurse zu einem interaktiven Lernerlebnis. Im Rahmen der abschließenden Lehraufgabe übertragen Sie Ihre neuen Kenntnisse auf authentische Praxissituationen und erhalten im Anschluss ein individuelles Feedback zu Ihrem Lösungsvorschlag. Seien Sie neugierig und überzeugen Sie sich selbst!

Ablauf eines E-Learnings

1. Melden Sie sich online an. Nach erfolgreicher Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung per E-Mail.
2. Vor dem ersten Webinar bieten wir allen Teilnehmer*innen die Möglichkeit, an einem Live-Systemcheck teilzunehmen.
3. Die Webinare finden einmal wöchentlich abends live in unserem Adobe Connect Trainingscenter statt. Nach dem Webinar steht Ihnen die Aufzeichnung zur Verfügung.
4. Am Ende des Kurses erhalten Sie eine praxisorientierte Lehraufgabe, die Ihnen helfen soll, das Gelernte auf Ihren Arbeitsalltag zu übertragen.
5. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten Sie ein Zertifikat und einen Evaluationsbogen.

● Interaktive Webinare

In einem virtuellen Klassenzimmer werden Ihnen die Inhalte vermittelt.

● On Demand

Im Lernportal stehen Ihnen im Nachgang alle Aufzeichnungen der Webinare zur Verfügung.

● Industry Experts

Führende Expert*innen vermitteln Ihnen topaktuelles Wissen und Praxistipps.

● Abschlussarbeit

Am Ende des Kurses wenden Sie das Erlernte in einem authentischen Fallbeispiel an.

● Individuelles Feedback

Damit Sie sich weiter verbessern können, erhalten Sie ein individuelles Feedback zu Ihrer Abschlussarbeit.

E-Learning mit Zertifikat

Alle E-Learning-Kurse können Sie mit einem Teilnahmezertifikat abschließen. Bei Buchung eines themenspezifischen Zertifikatskurses können Sie ein Abschlusszertifikat erhalten.

Online Marketing

Messen, analysieren, optimieren: Um den Dreiklang des digitalen Marketings zu meistern, reicht es nicht, gut kommunizieren zu können. Wichtig ist auch, Kennzahlen zu verstehen, Tools zu beherrschen, Zusammenhänge zu entdecken und richtige Schlussfolgerungen zu ziehen. Mit unseren Seminaren und E-Learnings legen Sie dafür Ihr persönliches Online-Marketing-Fundament.



Zertifikatskurs

Online Marketing Manager

Marketing muss heute online und mobil gedacht werden, um die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens zu erhalten. Daher ist es umso wichtiger, tiefgreifende Kenntnisse über Ihre Zielgruppe und die breitgefächerten Online Marketing Disziplinen zu erwerben. Denn als „Online Marketing Manager“ sind Sie für die kreative, strategische und operative Planung von zielorientierten Kampagnen zuständig.

beinhaltete Kurse**

1. Online Marketing Essentials
2. Social Media Marketing
3. User Experience & Usability **oder**
Suchmaschinenoptimierung

Voraussetzungen

Eine Affinität zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Lernziele

Lernen Sie, mit welchen Online Marketing Instrumenten Sie sich professionell als Unternehmen positionieren können.

Zeitraum

26.2.–29.6.2020 | 19.8.–16.12.2020

(Online Marketing Manager mit Vertiefung User Experience & Usability)

oder

26.2.–6.7.2020 | 19.8.–14.12.2020

(Online Marketing Manager mit Vertiefung Suchmaschinenoptimierung)

einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Online Marketing Manager“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **1.690 Euro*** (bis 31.1.2020)

Regulär: **1.990 Euro***

Zertifikatskurs

Content Marketing Manager

Produkte und Services in Zeiten der Informationsflut verkaufen – ohne gutes Content Marketing verpassen Sie Ihre Chance. Im Zertifikatskurs „Content Marketing Manager“ lernen Sie, allgemeine Behauptungen von erzählenswerten Inhalten zu unterscheiden. Im Fokus stehen dabei besonders die Strategieentwicklung sowie Produktion und Erfolgsmessung von Inhalten mit Mehrwert.

beinhaltete Webinare**

1. Strategien entwickeln und Ziele definieren
2. Die richtige Zielgruppenansprache
3. Prozess- und Redaktionsplanung
4. Content Planung und Digital Storytelling
5. Content Design
6. Content Distribution und Promotion
7. Controlling, Erfolgsmessung und Conversion Optimierung
8. Best Practices im Content Marketing
9. Exkurs: Kreativitätstechniken

Voraussetzungen

Basiskenntnisse im Medien- oder Kommunikationsbereich und im Social Media Marketing sind von Vorteil. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich Content Marketing erforderlich.

Lernziele

Lernen Sie, Content Marketing Strategien zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen. Sie erfahren, wie Sie passgenaue Ansprachen und Inhalte für die richtigen Zielgruppen erarbeiten.

Zeitraum

14.4.–9.6.2020 | 22.9.–17.11.2020

einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Content Marketing Manager“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **990 Euro*** (bis 20.3.2020)
Regulär: **1.190 Euro***

Einzelkurs

Online Marketing Essentials

Zeitraum

26.2.–1.4.2020 | 19.8. – 23.9.2020

beinhaltete Webinare**

1. Strategien und Kampagnen im Online Marketing entwickeln
2. E-Mail Marketing
3. Mobile Marketing
4. Suchmaschinenmarketing
5. Online Marketing Controlling und Performance Optimierung
6. Rechtliche Aspekte im Online Marketing

Methode

Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie die grundlegenden Online Marketing Disziplinen kennen und erfahren Sie, wie Sie diese aktiv für sich nutzen können.

Voraussetzungen

Basiskenntnisse oder erste Berufserfahrung im Medien- oder Kommunikationsbereich sowie im Bereich Social Media sind von Vorteil. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse im Online Marketing erforderlich.

Referent*innen (Auszug)

Heiko Mehnert
brand campus®
Marketingagentur GmbH

Claudia Taubenrauch
VNR Verlag für die Deutsche
Wirtschaft AG

Preise

Frühbucher: **690 Euro*** (bis 31.1.2020)
Regulär: **890 Euro***

Neues Konzept: Einzelkurs

Social Media Marketing

Zeitraum

8.4.–20.5.2020 | 30.9. – 11.11.2020

beinhaltete Webinare**

1. Zielsetzung und Strategieentwicklung für Social Media
2. Social Commerce und Community Building
3. Facebook und Instagram Advertising
4. Marketing mit Youtube und Pinterest
5. Marketing auf LinkedIn und Xing
6. Workshop: Postings für Social Media verfassen
7. Best Practices im Social Media Marketing

Methode

Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie, wie Sie mit unterschiedlichen Social Media Tools Marketingstrategien entwickeln können, um spezifische Zielgruppen zu erreichen.

Voraussetzungen

Eine Affinität zu digitalen Medien wird vorausgesetzt. Fachspezifische Vorkenntnisse sind nicht notwendig.

Referent*innen (Auszug)

Magnus Hüttenberend

TUI AG

Oliver Albiez

tapintoweb® | Online
Marketing & PR, Berlin

Preise

Frühbucher: **790 Euro*** (bis 13.3.2020)Regulär: **990 Euro***

Einzelkurs

User Experience & Usability

Zeitraum

27.5.–29.6.2020 | 18.11. – 16.12.2020

beinhaltete Webinare**

1. Von Aufgabenangemessenheit bis Steuerbarkeit: Die Grundlagen der Usability
2. Solide Werkzeuge der Optimierung: Benchmarks und Walkthroughs
3. So leiten Sie Ihre Nutzer*innen vom Anfang bis zum Ziel
4. Personas: ein Leitfaden zur Erstellung
5. Einblicke aus der Praxis: Anwendung passender Research-Methoden zur Optimierung der Usability

Methode

Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.30–19.00 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie, die Nutzerfreundlichkeit Ihrer Website zu optimieren und Traffic effizienter in Conversions umzuwandeln.

Voraussetzungen

Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien wird vorausgesetzt. Fachspezifische Vorkenntnisse sind nicht notwendig.

Referentin

Viktoria Zenker

Carglass® Deutschland

Preise

Frühbucher: **590 Euro*** (bis 1.5.2020)Regulär: **790 Euro***

Neu: Einzelkurs

Messenger und Mobile Marketing: Intensivkurs

Zeitraum

2.6. – 2.7.2020 | 19.11. – 15.12.2020

beinhaltete Webinare**

1. Einmaleins im Messenger & Mobile Marketing
2. Mobile Marketing – Die Instrumente
3. Appstore Suchmaschinenoptimierung
4. Live and On-Demand-Video: Facebook Live und Instagram Stories
5. WhatsApp Messenger Marketing
6. Fanpage-Bots – Teil 1
7. Fanpage-Bots – Teil 2
8. Wrap-up: Die mobile Strategie ausfahren

Methode

Kurs mit acht Live-Webinaren (zweimal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie, wie Messenger Marketing zentraler Bestandteil der gesamten Mobile Marketing Strategie wird. Erhalten Sie in dieser praxisorientierten Veranstaltung zudem einen detaillierten Eindruck davon, was es bedeutet, wirklich „mobile friendly“ zu sein. Am Ende des Kurses werden Sie in der Lage sein, einen ersten eigenen Fanpage-Bot-Prototypen einzurichten.

Voraussetzungen

Grundkenntnisse im Mobile Marketing und mit den wichtigsten Sozialen Netzwerken sind vorteilhaft. Es werden keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich Messenger Marketing vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Matthias Mehner
MessengerPeople GmbH

Klaus Polajner
Mediabrand GmbH | Ansible

Preise

Frühbucher: **890 Euro*** (bis 8.5.2020)
Regulär: **1.190 Euro***

Performance Marketing

LinkedIn, Google oder Facebook – welcher Kanal ist für welches Ziel der richtige? Wo erreichen Sie Ihre Zielgruppe am besten, am schnellsten und am kostengünstigsten? Wie messen Sie den Erfolg Ihrer Kampagnen? Welche KPIs sind wirklich relevant? Welche Best Cases gibt es – und welche Stolperfallen sollten Sie vermeiden?



Zertifikatskurs

Performance Marketing Manager

Voller Erwartungen entwerfen wir Online Marketing Strategien, werden kreativ und setzen um. Doch welche unserer Pläne funktionieren tatsächlich? Lernen Sie effektive Performance Tools kennen und zielgerichtet einzusetzen. Als „Performance Marketing Manager“ sind Sie für die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens online zuständig und wissen, was im Netz wirklich funktioniert.

beinhaltete Kurse**

1. Performance Marketing
2. Suchmaschinenwerbung
3. Suchmaschinenoptimierung **oder** User Experience & Usability

Voraussetzungen

Basiskenntnisse im Online Marketing sind von Vorteil. Es werden keine spezifischen Vorkenntnisse vorausgesetzt.

Lernziele

Lernen Sie, effektive Tools für das Performance Marketing kennen und erfahren Sie, wie Sie die richtigen KPIs und Maßnahmen auswählen, um auf diversen Plattformen online sichtbar zu werden.

Zeitraum

17.2. – 29.6.2020 | 20.8. – 16.12.2020

(Performance Marketing Manager mit Vertiefung User Experience & Usability)

oder

17.2. – 6.7.2020 | 20.8. – 14.12.2020

(Performance Marketing Manager mit Vertiefung Suchmaschinenoptimierung)

einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Performance Marketing Manager“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **1.690 Euro*** (bis 24.1.2020)
Regulär: **1.990 Euro***

Neu: Zertifikatskurs

Data-Driven Marketing Expert

Bessere Entscheidungen durch fundierte Zahlen treffen, ein umfassendes Kundenverständnis aufbauen oder das Potenzial, neue, noch unbekannte Zielgruppen zu erreichen – das sind nur einige zentrale Aspekte, die Data-Driven Marketing aktuell zu einem der wichtigsten Themen im Online Marketing machen. In diesem zertifizierenden E-Learning-Kurs tauchen Sie in die massive Welt der Daten ein und lernen gleichzeitig, nicht unterzugehen.

beinhaltete Kurse**

1. Data-Driven Marketing Management
2. Praxiswissen Marketing Automation

Voraussetzungen

Basiskenntnisse und Fähigkeiten im Bereich Online Marketing sind von Vorteil, es werden jedoch keine spezifischen Kenntnisse im Bereich Data-Driven Marketing vorausgesetzt.

Lernziele

Lernen Sie unterschiedliche Ansätze kennen, was unter datenbasiertem Marketing zu verstehen ist und identifizieren Sie in dem Zusammenhang, welche Daten in Ihrem Unternehmen bereits vorliegen. Erfahren Sie zudem, wie diese Daten angereichert werden können, um ein umfassendes Kundenverständnis zu erhalten und Nutzer*innen zielgerichtet und personalisiert ansprechen zu können.

Zeitraum

30.4. – 9.7.2020 | 8.10. – 17.12.2020

einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Data-Driven Marketing Expert“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **1.190 Euro*** (bis 3.4.2020)
Regulär: **1.390 Euro***

Einzelkurs

Performance Marketing

Zeitraum

17.2. – 30.3.2020 | 20.8. – 21.9.2020

beinhaltete Webinare**

1. Status Quo im Performance Marketing
2. Online Performance KPIs verstehen und interpretieren
3. Retargeting und Datenschutz
4. Display Marketing
5. Affiliate Marketing
6. Performance Management mit Google Analytics
7. Trend: Marketing Automation

Methode

Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie effektive Performance Tools kennen, die Ihre Marketingaktivitäten auswerten und Ihnen zeigen, was wirklich funktioniert.

Voraussetzungen

Basiskenntnisse im Online Marketing sind von Vorteil. Es werden keine spezifischen Vorkenntnisse im Performance Marketing vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Albrecht Fischer
Shirtinator AG

Ingo Kamps
Contact Impact GmbH

Preise

Frühbucher: **790 Euro*** (bis 24.1.2020)
Regulär: **990 Euro***

Einzelkurs

Suchmaschinenwerbung (SEA)

Zeitraum

2.4. – 25.5.2020 | 28.9. – 9.11.2020

beinhaltete Webinare**

1. Einführung: Werbung mit Suchmaschinen
2. Keyword Recherche
3. Ein Suchnetzwerk erstellen
4. Displaynetzwerke erstellen
5. Google Shopping Anzeigen konzipieren
6. Anzeigen für Youtube und Apps entwickeln
7. Landing Pages

Methode

Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie die vielfältigen Handlungsmöglichkeiten von Suchmaschinenwerbung kennen, um Ihre Sichtbarkeit und Position in der Suche zu erhöhen.

Voraussetzungen

Basiskenntnisse im Online Marketing werden empfohlen. Vorkenntnisse im Suchmaschinenmarketing sind vorteilhaft, werden aber nicht vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Thorsten Piening
qualitytraffic GmbH

Kathleen Barbier
Sky Deutschland Fernsehen
GmbH & Co KG

Preise

Frühbucher: **790 Euro*** (bis 6.3.2020)
Regulär: **990 Euro***

Einzelkurs

Suchmaschinen-optimierung (SEO)

Zeitraum

8.6. – 6.7.2020 | 16.11. – 14.12.2020

beinhaltete Webinare**

1. Was bedeutet SEO?
2. SEO Offsite
3. SEO Onsite
4. SEO für Apps
5. Best Practices SEO

Methode

Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie Techniken und Werkzeuge für eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung kennen. Sie erfahren zudem, wie Sie diese Onsite und Offsite umsetzen.

Voraussetzungen

Basiskonntnisse im Online Marketing werden empfohlen. Es werden keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich der Suchmaschinenoptimierung vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Dominik Schwarz
HomeToGo GmbH

Benedikt Kirch
OBI Digital GmbH

Preise

Frühbucher: **590 Euro*** (bis 15.5.2020)
Regulär: **790 Euro***

Einzelkurs

Data-Driven Marketing Management

Zeitraum

30.4.–4.6.2020 | 8.10. – 12.11.2020

beinhaltete Webinare**

1. Die Grundlagen: Data-Driven Marketing
2. Datenanalyse und Data Management
3. Data-Driven Advertising
4. How does Big Data become Useful Data? (English)
5. Datenschutzregelungen im Big Data Marketing
6. Trends, Erfolgsfaktoren und Grenzen datengetriebener Marketingmaßnahmen

Methode

Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie datengetrieben die richtigen Entscheidungen zu treffen und wie anhand der Auswertung von Unternehmensdaten geplante Marketingmaßnahmen optimiert werden können.

Voraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse im Bereich Online Marketing sind von Vorteil, es werden jedoch keine spezifischen Kenntnisse im Bereich Data-Driven Marketing vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Norbert Barnikel
Berater. Trainer. Praktiker.
Internationales Strategisches und operatives Digital Marketing und Digitale Transformation.

Stefan Ponitz
fokus e-commerce

Preise

Frühbucher: **690 Euro*** (bis 3.4.2020)
Regulär: **890 Euro***

Neu: Einzelkurs

Praxiswissen Marketing Automation

Zeitraum

10.6. – 9.7.2020 | 19.11. – 17.12.2020

beinhaltete Webinare**

1. Grundlagen der Marketing-Automatisierung
2. Lead Management und Marketing Automation
3. Die Customer Journey Analyse und Erfolgsfaktoren
4. Programmatic Advertising
5. Wrap-up: Das richtige Automation Tool auswählen

Methode

Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie, Daten richtig zu analysieren, mit diesen Leads zu generieren und Ihre Marketingaktivitäten zu automatisieren. Sie erhalten außerdem eine Übersicht über relevante Automation Tools und können die Werkzeuge auswählen, die zu Ihren individuellen Unternehmensbedürfnissen passen.

Voraussetzungen

Basiskenntnisse im Online Marketing und ein grundlegendes Verständnis für Daten werden empfohlen. Spezielle Kenntnisse im Bereich Lead Management und Automation Tools werden nicht vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Norbert Schuster
Strike2

Julia Lehwald
KonversionsKRAFT

PreiseFrühbucher: **590 Euro*** (bis 15.5.2020)Regulär: **790 Euro***

Digital Brand Management

Marken sind mehr als nur Zahlen, Klicks und KPIs. Marken sollen überraschen, berühren, verbinden und begeistern – auch in der digitalen Welt. Doch wie verbinden Sie das datengetriebene Denken der Online-Welt mit der emotionalen Dimension der Markenführung? Wie schaffen und führen Sie spannende, kreative Brand Experiences, ohne dabei die Zahlen aus den Augen zu verlieren?



Zertifikatskurs

Digital Brand Manager

Mit der Digitalisierung wird ein hoher Wiedererkennungswert im Markendschub der Online-Welt unabdingbar. Die Frage, wie Sie Ihre Marke digital aufstellen, ist essenziell in der strategischen Markenführung. Als „Digital Brand Manager“ lernen Sie Ansätze der digitalen Markenpflege kennen und erfahren, wie Sie in digitalen Zeiten die persönliche Identifikation der Kund*innen mit der Marke schaffen. Sie steuern die Kommunikation an digitalen Touchpoints und bestimmen, mit welchen Maßnahmen Sie Begeisterung für Ihre Marke schaffen.

beinhaltete Kurse**

1. Strategische Markenführung in der Digitalisierung
2. Digital Brand Content

Voraussetzungen

Basiskenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen aus den Bereichen Marketing und Kommunikation sind vorteilhaft. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich Brand Management notwendig.

Lernziele

Sie sind für die produktübergreifende strategische Entwicklung eines eindeutigen Images verantwortlich und wissen, mit welchen digitalen Maßnahmen Sie Kund*innen an Ihre Marke und das Unternehmen binden.

Zeitraum

17.3. – 18.6.2020 | 1.9. – 26.11.2020

einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Digital Brand Manager“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **1.390 Euro*** (bis 21.2.2020)
Regulär: **1.590 Euro***

Neues Konzept: Einzelkurs

Strategische Markenführung in der Digitalisierung

Zeitraum

17.3. – 30.4.2020 | 1.9. – 15.10.2020

beinhaltete Webinare**

1. Die Marke im Marketingplan
2. Digitale Marketingstrategien und Markenführung
3. Digitales Branding und Ansätze digitaler Markenpflege
4. Identifikation und Ausprägung digitaler Touchpoints der Customer Journey
5. Die Inszenierung von Digital Brand Experiences
6. Internationale Markenführung und Rebranding
7. Rechtliche Aspekte digitaler Markenführung
8. Case Study: Chancen und Risiken digitaler Markenkampagnen

Methode

Kurs mit acht Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie, Möglichkeiten einer systematischen digitalen Markenführung in der Praxis kennen und wie Sie Ihre Marktposition mit einem wirksamen Image sichern.

Voraussetzungen

Basiskenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen in den Bereichen Marketing und Kommunikation sind vorteilhaft. Es sind keine spezifischen Vorkenntnisse im Bereich Brand Management notwendig.

Referent*innen (Auszug)

Colin Fernando
BrandTrust

Berit Ewald
EOS Holding GmbH

Preise

Frühbucher: **790 Euro*** (bis 21.2.2020)
Regulär: **990 Euro***

Einzelkurs

Digital Brand Content

Zeitraum

7.5. – 18.6.2020 | 22.10. – 26.11.2020

beinhaltete Webinare**

1. Storytelling – Geschichten erzählen
2. User Generated Content – Fans integrieren
3. Influencer Marketing – Marken personifizieren
4. Conversional Content – Interaktion schaffen mit Chatbot & Co.
5. AR/VR Content – digitale Markenerlebnisse gestalten
6. Best Practices und Abschlussdiskussion

Methode

Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie, wie Sie Ihre Marke mit dem richtigen Content inszenieren, um Ihre Markenbotschaften zielgerichtet zu kommunizieren.

Voraussetzungen

Grundkenntnisse oder erste berufliche Erfahrungen in den Bereichen Marketing und Kommunikation sind vorteilhaft. Erfahrung im Umgang mit den wichtigsten Social Media Kanälen wird empfohlen.

Referent*innen (Auszug)

Frederik Tautz

Ketchum Pleon GmbH

Anna-Rebecca Egli

BASF

Preise

Frühbucher: **690 Euro*** (bis 10.4.2020)

Regulär: **890 Euro***

New Work & Essential Skills

Unsere Welt verändert sich rasant, unsere Arbeit verändert sich rasant. Wer auch morgen noch beruflich erfolgreich sein will, braucht neben unverzichtbaren Grundlagen auch heute schon anwendbares digitales Können. Wie arbeiten Teams am besten digital zusammen, wie sieht Führung in Zukunft aus, wie überwinden Sie Widerstände und Hindernisse?



Zertifikatskurs

Digital Workplace Manager

Digitale Transformationsprozesse haben einen starken Einfluss auf den Arbeitsalltag in Unternehmen. Die erfolgreiche Implementierung und das zielgerichtete Management des digitalen Arbeitsplatzes sind daher essenzielle Bausteine, um Zusammenarbeit und Kommunikation im Unternehmen effektiv und produktiv zu gestalten.

beinhaltete Kurse**

1. Praxiswissen Digital Workplace
2. Arbeit 4.0 – Arbeiten im digitalen Zeitalter

Voraussetzungen

Eine Affinität zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Lernziele

Lernen Sie, wie Sie den digitalen Arbeitsplatz strategisch gestalten, Mitarbeiter*innen in den Transformationsprozess einbinden und kollaborative Arbeit im Unternehmen systematisch unterstützen können.

Zeitraum

16.3. – 8.6.2020 | 31.8. – 9.11.2020

einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Digital Workplace Manager“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **990 Euro*** (bis 21.2.2020)
Regulär: **1.190 Euro***

Neu: Zertifikatskurs

Manager für digitale Transformation

Der Schlüssel für den Erfolg eines Unternehmens liegt in der Anpassungsfähigkeit an eine sich rasant wandelnde Umwelt. Digitale Technologien verändern die Art und Weise, wie wir arbeiten und kommunizieren. Daher ist es von großer Bedeutung, dass es Fach- und Führungskräften gelingt, zukünftige Auswirkungen auf und Schwierigkeiten für das Unternehmen zu antizipieren und mit diesen adäquat umzugehen. Der Zertifikatskurs „Manager für digitale Transformation“ vermittelt Ihnen das Handwerkszeug, um diesen Herausforderungen zu begegnen und erfolgreiche Veränderungsstrategien für Ihr Unternehmen zu gestalten und zu kommunizieren.

beinhaltete Kurse**

1. Digitale Transformation gestalten
2. Digital Leadership
3. Change Management

Voraussetzungen

Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es werden keine fachspezifischen Kenntnisse vorausgesetzt.

Lernziele

Sie lernen die Auswirkungen der Digitalisierung für Unternehmen zu bewerten und erfahren, wie Sie entsprechende Veränderungsstrategien entwickeln, umsetzen und erfolgreich im Unternehmen implementieren.

Zeitraum

12.3. – 17.6.2020 | 1.9. – 17.12.2020

einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Manager für digitale Transformation“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **1.390 Euro*** (bis 14.02.2020)
Regulär: **1.690 Euro***

Neu: Zertifikatskurs

Agile Expert

Welche Vorteile können agile Arbeitsweisen bieten und wie setze ich sie erfolgreich im Arbeitsalltag ein? Alle reden derzeit von agilem Arbeiten, aber was beinhaltet das eigentlich für Unternehmen, Fach- und Führungskräfte? Agiles Arbeiten bedeutet in einer unsicheren und sich schnell verändernden Umwelt flexibel und dynamisch zu agieren. Dies beeinflusst einerseits Entscheidungen im Team und stellt andererseits besondere Anforderungen an die Führungskräfte. Lernen Sie mit diesen Herausforderungen umzugehen und die Prozesse Ihres Unternehmens anpassungsfähiger zu gestalten.

beinhaltete Kurse**

1. Praxiswissen agiles Arbeiten
2. Agile Teams führen und entwickeln

Voraussetzungen

Der Kurs richtet sich an Personen, die in oder mit agilen Teams arbeiten oder in absehbarer Zeit arbeiten werden. Es werden keine fachspezifischen Kenntnisse vorausgesetzt.

Lernziele

Sie lernen agile Arbeitsumgebungen und Prozesse mitzugestalten, erhalten ein fundiertes Verständnis agiler Prozesse und Methoden und erfahren, wie Sie agile Teams führen können.

Zeitraum

4.3. – 24.6.2020 | 27.8. – 17.12.2020

einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Agile Expert“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **1.490 Euro*** (bis 7.2.2020)
Regulär: **1.690 Euro***

Neu: Zertifikatskurs

Agile Team Lead

Agiles Arbeiten bedeutet in einer unsicheren und sich schnell verändernden Umwelt flexibel und dynamisch zu agieren. Dies beeinflusst einerseits Entscheidungen im Team und stellt andererseits besondere Anforderungen an die Führungskräfte. Lernen Sie mit diesen Herausforderungen auf beiden Ebenen umzugehen, die Prozesse Ihres Unternehmens anpassungsfähiger zu gestalten und die Zusammenarbeit unterschiedlicher Teams im Unternehmen erfolgreich zu gestalten.

beinhaltete Kurse**

1. Praxiswissen agiles Arbeiten
2. Agile Teams führen und entwickeln
3. Zusammenarbeit agiler Teams gestalten

Voraussetzungen

Der Kurs richtet sich an Personen, die in oder mit agilen Teams arbeiten oder in absehbarer Zeit arbeiten werden. Es werden keine fachspezifischen Kenntnisse vorausgesetzt.

Lernziele

Sie lernen agile Arbeitsumgebungen und Prozesse mitzugestalten, haben ein fundiertes Verständnis agiler Prozesse und Methoden und erfahren, wie Sie agile Teams führen können. Zudem erfahren Sie, wie Sie agile Konzepte auf größere Organisationseinheiten (z. B. Abteilungen) anwenden und weiterentwickeln.

Zeitraum

4.3. – 4.11.2020

einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr live, im Anschluss als Aufzeichnung abrufbar

Abschlusszertifikat

„Agile Team Lead“
Quadriga Executive Education,
Partner der Quadriga Hochschule Berlin

Preise

Frühbucher: **1.990 Euro*** (bis 7.2.2020)
Regulär: **2.190 Euro***

Neu: Einzelkurs

Praxiswissen Digital Workplace

Zeitraum

16.3. – 4.5.2020 | 31.8. – 12.10.2020

beinhaltete Webinare**

1. Kick-Off
2. Zusammenarbeit am digitalen Arbeitsplatz
3. Der Weg zum Digital Workplace:
ein Fallbeispiel
4. Das richtige Tool für Ihren Anwendungsfall
5. Die richtige Einführung – Der Kommunikationsplan
6. Eine Einführungsmethode – Learning Out Loud
7. Erfolgsmessung und Kennzahlen im Digital Workplace

Methode

Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie, wie Sie den digitalen Arbeitsplatz strategisch gestalten, Mitarbeiter*innen in den Transformationsprozess einbinden und kollaborative Arbeit im Unternehmen systematisch unterstützen können.

Voraussetzungen

Eine Affinität zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Referent*innen (Auszug)

Kira Görgen
HIRSCHTEC

Gernot Kühn
Microsoft Deutschland GmbH

Preise

Frühbucher: **790 Euro*** (bis 21.2.2020)
Regulär: **990 Euro***

Neu: Einzelkurs

Arbeit 4.0 – Arbeiten im digitalen Zeitalter

Zeitraum

11.5. – 8.6.2020 | 19.10. – 9.11.2020

beinhaltete Webinare**

1. Lernagilität
2. Inhalte am digitalen Arbeitsplatz
3. Storytelling
4. Digital Health

Methode

Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Lernen Sie, welche Möglichkeiten Sie haben, die Zusammenarbeit am digitalen Arbeitsplatz effektiv zu unterstützen.

Voraussetzungen

Die Kenntnisse aus dem E-Learning „Praxiswissen Digital Workplace“ werden vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Kerstin Schachinger
Pokeshot GmbH

Felix Held
Manemo eG

Preise

Frühbucher: **490 Euro*** (bis 17.4.2020)
Regulär: **690 Euro***

Neu: Einzelkurs

Digitale Transformation gestalten

Zeitraum

12.3. – 16.4.2020 | 1.9. – 6.10.2020

beinhaltete Webinare**

1. Treiber digitaler Transformation & Hintergründe
2. Analyse
3. Strategie gestalten
4. Transformation gestalten – Customer Experience
5. Transformation gestalten – Prozesse
6. Erfolgsfaktoren für die Umsetzung digitaler Transformation

Methode

Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Sie lernen zentrale Herausforderungen der Digitalisierung zu bewerten und ihre Auswirkungen auf das eigene Unternehmen einzuschätzen. Expert*innen aus der Praxis vermitteln Ihnen zudem, wie Sie daraus entsprechende Veränderungsstrategien ableiten und umsetzen.

Voraussetzungen

Eine Affinität zum Internet und zu digitalen Medien ist von Vorteil. Es sind keine fachspezifischen Vorkenntnisse notwendig.

Referent*innen (Auszug)

Berit Ewald
EOS Holding GmbH

Paul Kruse
Communardo Software GmbH

Preise

Frühbucher: **590 Euro*** (bis 14.2.2020)
Regulär: **790 Euro***

Neu: Einzelkurs

Digital Leadership

Zeitraum

3.4. – 14.5.2020 | 19.10. – 3.11.2020

beinhaltete Webinare**

1. Chancen und Herausforderungen digitaler Führung
2. Die eigene Führungspersönlichkeit
3. Strategien digitaler Führung
4. Toolbox digitaler Führung

Methode

Kurs mit vier Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Sie lernen, welche Auswirkungen die digitale Transformation auf Führungsprozesse hat und erfahren, wie Sie Führung in einer digitalen Welt erfolgreich gestalten können.

Voraussetzungen

Erste praktische Führungserfahrungen werden vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Georges Mauch
COO
Swiss Engineering Institute

Lissi Reitschuster
Vorstand
MANEMO eG

Preise

Frühbucher: **390 Euro*** (bis 27.3.2020)
Regulär: **590 Euro***

Neu: Einzelkurs

Change Management

Zeitraum

20.5. – 17.6.2020 | 19.11. – 17.12.2020

beinhaltete Webinare**

1. Herausforderungen im Veränderungsprozess
2. Kulturelle Veränderungen gestalten
3. Stakeholder im Veränderungsprozess
4. Kommunikation in der Veränderung
5. Führung in Change Prozessen

Methode

Kurs mit fünf Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

In diesem E-Learning-Kurs lernen Sie, Ihre Change Management Strategie mit Ihrer Unternehmenskultur in Einklang zu bringen. Zudem vermitteln Ihnen Expert*innen, wie Sie Ihre Mitarbeiter*innen gezielt einbinden, mögliche Widerstände überwinden und die Veränderungen sowohl intern als auch extern erfolgreich kommunizieren.

Voraussetzungen

Erste Erfahrungen in der Steuerung von Veränderungsprozessen sind von Vorteil, werden aber nicht vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

André Biener
Senior Berater
SAP

Claas Wenzlik
Berater
DBI Digital Business Innovation GmbH

Preise

Frühbucher: **490 Euro*** (bis 24.4.2020)
Regulär: **690 Euro***

Neu: Einzelkurs

Praxiswissen Agiles Arbeiten

Zeitraum

4.3. – 6.5.2020 | 27.8. – 29.10.2020

beinhaltete Webinare**

1. Aufbruch – Agiles Arbeiten
2. Grundlagen von Agilität
3. Agile & Lean Prozesse
4. Scrum anwenden
5. Kanban anwenden
6. Feedback – das Salz der agilen Suppe
7. Methodisch entschieden
8. Die Kunst der konstruktiven Meinungsverschiedenheit
9. Grundlagen agiler Planung
10. Review

Methode

Kurs mit zehn Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Sie lernen, was es heißt agil zu arbeiten und in welchen Kontexten dies sinnvoll ist. Außerdem liefert dieser Kurs einen Überblick über die bekanntesten Ansätze und unterschiedlichen Methoden des agilen Arbeitens und bietet die Möglichkeit, sich wertvolle Werkzeuge für die Praxis anzueignen.

Voraussetzungen

Es werden keine spezifischen Kenntnisse vorausgesetzt.

Referent*innen (Auszug)

Peter Rubarth
upday GmbH & Co. KG

Georges Mauch
COO
Swiss Engineering Institute

Preise

Frühbucher: **990 Euro*** (bis 7.2.2020)
Regulär: **1.190 Euro***

Neu: Einzelkurs

Agile Teams führen und entwickeln

Zeitraum

13.5.2020 – 24.6.2020 | 5.11.2020 – 17.12.2020

beinhaltete Webinare**

1. Aufbruch – Agile Teams führen und entwickeln
2. Agile Führung
3. Methoden inhaltlicher Planung
4. Methoden zeitlicher Planung
5. Teamentwicklung mit Retrospektiven
6. Kollegiales Coaching
7. Review

Methode

Kurs mit sieben Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Sie lernen, wie Sie die Entwicklung agiler Teams gestalten können und welche Methoden und Instrumente Ihnen dafür zur Verfügung stehen.

Voraussetzungen

Die grundlegenden Konzepte von Agilität sollten bekannt sein. Empfehlenswert sind außerdem erste praktische Erfahrungen mit agilem Arbeiten.

Referent*innen (Auszug)

Peter Rubarth

upday GmbH & Co. KG

Felix Held

MANEMO eG

Preise

Frühbucher: **690 Euro*** (bis 17.4.2020)

Regulär: **890 Euro***

Neu: Einzelkurs

Zusammenarbeit agiler Teams gestalten

Zeitraum

9.9. – 4.11.2020

beinhaltete Webinare**

1. Aufbruch – Zusammenarbeit agiler Teams gestalten
2. Vertiefungsprojekt entwickeln
3. Agile Veränderungen vorantreiben
4. Agile Teams strukturieren
5. Agile Führung mit kollaborativer Zieldefinition
6. Zwischenreview Vertiefungsprojekt
7. Vernetzung
8. Agiles Coaching
9. Abschluss

Methode

Kurs mit neun Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00–18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehraufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Sie lernen, wie Sie agile Konzepte auf größere Organisationseinheiten (z. B. Abteilungen) anwenden und weiterentwickeln können.

Voraussetzungen

Fortgeschrittene Kenntnisse zu agilen Konzepten werden vorausgesetzt. Praktische Erfahrungen in agilem Arbeiten und in der Führung bzw. Entwicklung von Teams sind von Vorteil. Idealerweise haben Sie bereits die E-Learning-Kurse „Praxiswissen agiles Arbeiten“ und „Agile Teams führen“ erfolgreich abgeschlossen.

Referent*innen (Auszug)

Peter Rubarth

upday GmbH & Co. KG

Felix Held

Manemo eG

Preise

Frühbucher: **790 Euro*** (bis 14.8.2020)

Regulär: **990 Euro***

Neu: Einzelkurs

Digital Mindfulness – Umgang mit Digitalisierung am Arbeitsalltag

Zeitraum

27.5. – 1.7.2020 | 26.10. – 30.11.2020

beinhaltete Webinare**

1. Chancen und Risiken der Digitalisierung
2. Stress im digitalen Alltag
3. Reflexion I: Wie wirkt die Digitalisierung auf mich?
4. Strategien für ein gesundes (Arbeits-)Leben I
5. Strategien für ein gesundes (Arbeits-)Leben II
6. Reflexion II: Wie kann ich im digitalen Alltag gut arbeiten?

Methode

Kurs mit sechs Live-Webinaren (einmal wöchentlich von 17.00 – 18.30 Uhr). Diese sind im Anschluss als Aufzeichnungen abrufbar. Eine abschließende Lehr- aufgabe am Ende des Kurses. Abgabetermin ist vier Wochen nach dem letzten Webinar.

Lernziel

Sie erfahren, wie die Digitalisierung Ihren Alltag bestimmt und welche Auswirkungen das auf unseren Geist und Körper hat. Sie lernen verschiedene Methoden und Ansätze kennen, wie Sie mit den vielfältigen Anforderungen und Erwartungen umgehen und persönliche Strategien für eine erfolgreiche Bewältigung dieser erarbeiten können.

Voraussetzungen

Es sind keine fachspezifischen Kenntnisse notwendig.

Referent*innen (Auszug)

Felix Held
MANEMO eG

Kerstin Schachinger
Beraterin und Trainerin
Skill Coaching. Enabler. Creator.

Preise

Frühbucher: **490 Euro*** (bis 1.5.2020)

Regulär: **690 Euro***

Seminare

Marketing wie auch Sales sind wie keine andere ökonomische Disziplin so facettenreich, so dynamisch und komplex, allerdings auch so volatil. Wer an der Speerspitze der ökonomischen, medialen, sozialen Entwicklung arbeitet, braucht ein seismographisches Gespür für Trends und Tiefenströmungen von Märkten und Gesellschaften. In den Seminaren der Quadriga Executive Education befähigen führende Expert*innen die Teilnehmer*innen, den State of the Art innovativer Marketinginstrumente souverän zu nutzen.

35	Überblick & Ablauf
37	Online Marketing
47	Performance Marketing
53	Marketing Management
63	Content Marketing & Storytelling
70	Social Media Marketing
74	Sales Management

Seminare – Ihre passgenauen Fortbildungen

Als führendes Weiterbildungsforum für Professionals bieten wir Ihnen passgenaue Fortbildungen. Unsere Seminare bereiten Sie optimal auf die Herausforderungen der digitalen Transformation vor und bieten Ihnen die Möglichkeit, mit führenden Referent*innen gezielt Ihre Kompetenzen zu erweitern. Die Seminare richten sich sowohl an Berufseinsteiger*innen als auch an erfahrene Fach- und Führungskräfte und orientieren sich konsequent an den Bedürfnissen der Teilnehmenden. Unsere Referent*innen gehören zu den führenden Expert*innen im deutschsprachigen Raum. Sie vermitteln ihr Wissen praxisnah und interaktiv. Kleine Seminargruppen garantieren einen regen Austausch und ein intensives Lernen.

Ablauf eines Seminars

1. Melden Sie sich online an. Nach erfolgreicher Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung per E-Mail mit allen relevanten Informationen zu Ihrem Seminar.
2. Teilen Sie uns Ihre Erwartungen an das Seminar mit.
3. Vier Wochen vor Seminarbeginn erhalten Sie von uns einen Reminder mit allen Eckdaten.
4. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten Sie ein Zertifikat und einen Evaluationsbogen. Wir freuen uns über Ihr Feedback zum Seminar, da auch wir stets an der Optimierung unserer Leistung interessiert sind.
5. Nach dem Seminar stehen wir Ihnen für Fragen, Wünsche und Anregungen zur Verfügung.

● Praxisnah

Top-Referent*innen aus der Praxis geben Ihnen Expertentipps aus erster Hand und vermitteln Best Cases in modernen Lernformaten.

● Intensiv

Kleine Gruppen gewährleisten einen intensiven Austausch, Zeit für praktische Übungen und Diskussionen.

● Außergewöhnlich

Spezielle Features wie Exkursionen und Expertenvorträge bieten neue Perspektiven und Lösungen für das digitale Zeitalter.

Seminare mit Hochschulzertifikat

Sie erhalten ein offizielles Zertifikat der Quadriga Executive Education, Partner der Quadriga Hochschule Berlin.

Inhouse-Seminare

Zusätzlich zu den offenen Seminaren bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Inhouse-Seminare mit unseren führenden Marketing- und Sales-Expert*innen. Das Angebot orientiert sich dabei exakt an Ihren firmenspezifischen Bedürfnissen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

Kosteneffizient

Sie sparen nicht nur wertvolle Zeit, sondern erhalten ein individuelles Seminar, passend zu Ihrem Budget. Die Weiterbildung kann direkt an Ihrem Standort durchgeführt werden. Sie sparen Reise- und Übernachtungskosten für Ihre Mitarbeitenden.

Maßgeschneidert

Das Seminarkonzept orientiert sich an Ihrem individuellen Kenntnisstand. Ob interaktiver Workshop, Impulsvortrag oder Beratung – wir bieten Ihnen maßgeschneiderte Lösungen.

Kompetenter Partner

Mit unserem großen Netzwerk an Marketing- und Sales-Expert*innen verfügen wir nicht nur über ein breites Spektrum an aktuellen und klassischen Themen, sondern vermitteln Expert*innen aus der Praxis. Wir beraten Sie gern und finden den*die ideale*n Referent*in für Ihre Weiterbildung.

Lernen Sie von den Profis

Unsere renommierten Expert*innen kommen aus Unternehmen, Agenturen oder Hochschulen und verfügen über umfassende didaktische Erfahrungen.

Flexibel vor Ort

Ob bei Ihnen im Unternehmen, im Tagungshotel oder in unserem Studienzentrum in Berlin – gerne kümmern wir uns um einen passenden Veranstaltungsort in Ihrer Nähe. In unserem Studienzentrum in Berlin bieten wir Ihnen exklusive Sonderkonditionen.

Hochschulzertifikat

Sie erhalten ein offizielles Zertifikat mit den gesamten Inhalten der durchgeführten Weiterbildung von der Quadriga Executive Education, Partner der Quadriga Hochschule Berlin.

Kontaktieren Sie uns gerne!



Marketing

Paul Schlage

Telefon +49 (0) 30 44 72 92 72

paul.schlage@quadriga.eu



Sales

Janette Bosy

Telefon +49 (0) 30 84 85 95 95

janette.bosy@quadriga.eu

Online Marketing

Messen, analysieren, optimieren: Um den Dreiklang des digitalen Marketings zu meistern, reicht es nicht, gut kommunizieren zu können. Wichtig ist auch, Kennzahlen zu verstehen, Tools zu beherrschen, Zusammenhänge zu entdecken und richtige Schlussfolgerungen zu ziehen. Mit unseren Seminaren und E-Learnings legen Sie dafür Ihr persönliches Online-Marketing-Fundament.



Zertifikatskurs

Marketing Essentials

Ort und Termine

Berlin | 3.–7.12.2019 | 10.–14.3.2020
25.–29.8.2020 | 8.–12.12.2020

Von der Customer Journey über Content Marketing bis zum magischen Dreieck aus Newsletter, Facebook und SEO: In fünf Tagen liefert das Praxis-Seminar alle Marketing Essentials, die Sie für die tägliche Arbeit brauchen. Online wie Offline, B2B und B2C, vom komplexen Konzept bis zur einfachen Arbeitshilfe.

„Wer noch in Kanälen und Zielgruppen denkt und bei dem Wort SEO Panik schiebt, sollte das Seminar besuchen. Denkmuster werden aufgebrochen und Hemmschwellen abgebaut. Seminar mit Revolutionspotential!“

Valeria Bitter, Phineo gAG

Programm

- Online/Offline Marketing Cases
- Konzepte und Werkzeuge: Storytelling und Content Marketing
- Schwerpunkt 1: Facebook und Instagram
- Schwerpunkt 2: Google Ads und Newsletter-Tools
- Kreativ-, Präsentations- und Selbstoptimierungstechniken

Zielgruppe

Das Seminar zielt auf alle, die sicher, schnell und effektiv Marketingmaßnahmen konzipieren und durchführen wollen.

Lernziel

Das Seminar hilft, die tägliche Arbeit besser zu bewältigen. Es befähigt Sie zur effizienten Planung, Umsetzung und Steuerung von Marketingmaßnahmen und zur realistischen Bewertung von deren Wirkungen. Sie können die Arbeit verbundener Dienstleister*innen besser einschätzen.

Abschlusszertifikat

„Marketing Manager“ der Quadriga Executive Education

Referenten



Heiko Mehnert

ist ein echter Generalist mit über 30 Jahre Erfahrungen in Marketingkommunikation auf Agentur- und Kunden-seite. Ausgezeichnete Kreationen (ADC) und Konzepte von Automotive bis Zigarettenentwicklungen machen ihn zum Experten in fast allen Fragen des modernen Marketings. Heute ist er Inhaber der Marketingagentur Brand campus® und hilft Mittelstand und Industrie ganz pragmatisch bei der digitalen Transformation – egal ob B2B und B2C.



Philip Kalisch

konzipiert Targeting-, Positionierungs- und Vertriebsstrategien für internationale Solar- und Software-Unternehmen. Er ist Gesellschafter der Marketingagentur Hausdorff Mongré und weiterer Start-ups. Philip Kalisch beriet Verbände, NGOs, Fernsehsender und Banken, führte Wahlkampfkampagnen für die SPD, arbeitete für den Deutschen Bundestag, die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit und seit 1999 für mehrere Hamburger Kommunikationsagenturen.

Preis 2.890 Euro*

Detailprogramm

Tag 1 / 10–18 Uhr

Online/Offline Marketing Cases

Kund*innen kaufen, wenn sie wissen, warum Unternehmen tun, was sie tun. Wie formuliere ich Vision und Mission Statement? Was ist neu in der Markenkommunikation, worin liegen die Unterschiede in der B2B- und B2C-Kommunikation? Wie mache ich Marktanalysen? Was sind die 10 goldenen Marketing Regeln?

Seminarinhalte:

- Beispiele für gelungene Online und Offline Medien
- Aussagekräftige Response-Mechanismen bei Standardinstrumenten
- Aktuelle Best-Practices

Tag 2 / 9–18 Uhr

Konzepte und Werkzeuge: Storytelling und Co(n)tent Marketing) + Werkstatt

Die Grundlage jeder gelungenen Maßnahme ist eine schlaue Konzeption. Wie funktioniert medienübergreifendes Storytelling? Wie kann ich Content Marketing in meinem Unternehmen nutzen und was brauche ich dafür? Wie konzipiere ich wirksame Maßnahmen und kombiniere meine Kommunikation zu einer integrierten Kommunikation?

Seminarinhalte:

- Customer Journey, Funneling und die Rolle von Leads
- Marketing-Konzeption vs. PR Konzeption: Unterschiede und Gemeinsamkeiten
- Analyse-Werkzeuge richtig einsetzen

Tag 3 / 9–18 Uhr

Schwerpunkt 1: Facebook und Instagram + Werkstatt

Soziale Medien sind Kommunikationsräume für alle. Warum Influencer Marketing wieder in aller Munde ist? Kann ich Mundpropaganda für mein Unternehmen nutzen? Was ist der Wertbeitrag von Brandambassadors? Wie nutze ich Facebook und Co. für ein richtig gutes Targeting?

Seminarinhalte:

- Empfehlungsmarketing und Testimonialstrategien
- Youtube Ads, Facebook Ads und Instagram Ads
- Welche anderen Plattformen sind im Kommen und sinnvoll?

Tag 4 / 9–18 Uhr

Schwerpunkt 2: Google Ads und Newsletter Tools + Werkstatt

Die Suchmaschine Nr. 1 arbeitet für und gegen einen. Wie beherrscht man Google, Google Ads und wie sollten dann schlaue Texte aussehen? Was heißt das für meine Website? Welche Tools vereinfachen das Marketerleben? Wie organisiere ich besser meinen Newsletterversand und die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit?

Seminarinhalte:

- Website, Newsletter und Kundenblogs
- Überschriften-Ebenen, Ad Words und die Analysewerkzeuge
- Von Mailchimp über Rainmaker bis hin zu Sales Force

Tag 5 / 9–16 Uhr

Kreativ-, Präsentations- und Selbstoptimierungstechniken

Alle suchen nach der Startup-Mentalität in ihrem Unternehmen. Was kann man vom Design Thinking lernen? Wann sind Medien fertig, weil zielsicher und wie stellt man diese Medien her? Wie können Prozesse im Marketing vereinfacht, die eigenen Skills gefördert werden? Woran erkennt man eine gute Gestaltung und müssen wir jetzt alle zu Texter*innen werden?

Seminarinhalte:

- Marketinginstrumente kennen und können lernen
- Botschaften und Positionierungen formulieren
- Präsentations- und Kreativtechniken für Marketing-Manager*innen
- Erfolgreiches Onboarding von Mitarbeiter*innen als erster Schritt im Performance Management

Einzelkurs

Grundlagen Online Marketing

Erfolgreiche Internetstrategien und ihre Instrumente

Ort und Termine

Berlin | 29. – 30.10.2020

Düsseldorf | 5. – 6.3.2020

Wo sind die Grenzen zwischen Online Marketing, Vertrieb und PR? Im Internet überschneiden sich die Aktivitäten von Unternehmen zunehmend, wodurch integrierte Kommunikationsstrategien immer wichtiger werden. Maßnahmen zur Markenbildung, Kundenbindung und Kundengewinnung können sich mit einer Strategie abteilungsübergreifend erfolgreich umsetzen lassen. Marketing-, aber auch Vertriebs- und PR-Verantwortliche werden in die Lage versetzt, gemeinsam Wettbewerbsvorteile für ihr Unternehmen umzusetzen. Das Seminar versetzt Sie in die Lage, die optimalen Instrumente für Ihre spezifischen Marketingziele und Zielgruppen auszuwählen, sinnvoll zu kombinieren und deren Erfolg zu messen. Hierzu gehören die sichtbare Verbesserung von Kundenzufriedenheit und Reichweite ebenso wie die Steigerung von Besucherzahlen und Umsätzen.

„Dieser Kurs war ein Feuerwerk aus Informationen, vorgestellt und moderiert von einem exzellenten Referenten.“

Felix Dhom, Omnia Med Deutschland

Programm

- Überblick und Trends im Online Marketing
- Kunden*innen binden mit mehr Benutzerfreundlichkeit
- Auffindbarkeit verbessern mit Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Neue Kund*innen gewinnen mit Suchmaschinenwerbung (SEA)
- Umsätze im Onlineshop steigern mit Newsletter-Marketing
- Zielgruppen erweitern und Reichweite erhöhen mit Social-Media-Marketing (SMM)
- Maßnahmen planen, budgetieren und deren Erfolg messen

Methode

Grundlagenvermittlung, Übungen, Praxisbeispiele, Diskussionen.

Lernziel

Aktueller Überblick über die wichtigsten Instrumente des Online Marketing, Vorstellung erfolgreicher Strategien und Voraussetzungen zur Maßnahmenplanung.

Zielgruppe

Mitarbeitende aus Marketing, PR, Vertrieb und Produktmanagement, die sich das Internet als Marketing-Instrument erschließen möchten.

Referent



Oliver Albiez

ist seit 2002 mit tapintoweb® unabhängiger Berater, Konzepter, Projektmanager, Trainer und Interim Manager. Er ist spezialisiert auf Strategie und Umsetzung von Online-PR, Online Marketing und Social Media. Bereits seit 1994 arbeitet er in der Online-Kommunikation für Verlage, Agenturen und Online-Portale. Seit 1997 war er in leitenden Positionen u.a. für die Kommunikationsagenturen Aperto und Jinit[tätig.

Preis 1.490 Euro*

Einzelkurs

Neuromarketing und User Experience für den Erfolg im digitalen Marketing richtig einsetzen

Ort und Termine

Berlin | 17.–18.3.2020 | 26.–27.10.2020

In diesem Seminar erlernen Sie Methoden und Taktiken für ausgezeichnetes User Experience Design für Website, E-Commerce, Marktplatz, Werbemittel oder App. Des Weiteren geht es um das Erkennen von Fallstricken und unnötigen Hürden sowie Verbesserungsmöglichkeiten für eine nahtlos positive Customer Experience. Das Seminar vermittelt, was Customer Experience wirklich bedeutet, wie man sie erreicht und vor allem, was die Funktionsweise und die Vorlieben des menschlichen Gehirns – Stichwort: Neuromarketing – damit zu tun haben.

„Das Seminar gibt einen sehr guten Einblick in das große Themenfeld Neuromarketing. Es zeigt auf, wie man im Kleinen schon Optimierungen vornehmen kann.“

Kristin Steinbach, TeamBank

Programm

- Grundlagen des Neuromarketings & der User Experience
- User Centered Design: Fokussierung auf die Bedürfnisse und den Kundennutzen
- Wie kann ich User Experience (UX), Usability, Conversion Optimierung (CRO) richtig einsetzen?
- Seamless User Experience verbessert durch Neuromarketing Trigger
- Herausforderung: von der Peer-Group zum One-to-One Marketing
- Dark UX: Die dunkle Seite der Kanäle und Methoden

Methode

Ein großer Anteil des Seminars sind live und praxisnahe Usability-Tests: Gemeinsam testen Sie in der Gruppe und mit unserem Experten Ihre Website, Ihren Online-Shop, Ihre Werbemittel oder Ihre App auf Probleme und holen sich jede Menge Praxis-Tipps zur Verbesserung.

Lernziel

Ziel ist es, Ansatzpunkte für die Verbesserung des eigenen digitalen Auftritts aufzuzeigen.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Marketingentscheider*innen und -manager*innen, die sich mit der Customer Decision Journey beschäftigen und die Customer Experience, online wie offline, mit den Methoden und Erkenntnissen des Neuromarketings optimieren wollen.

Referent



Norbert Barnikel

gilt in Fachkreisen als ein Mann der ersten Stunde im deutschsprachigen Digital Marketing. Sein umfassendes Know-how aus Wissenschaft, Forschung, Lehre & Praxis gibt er international als leidenschaftlicher Dozent an der ICN Business School, Akademien, Instituten und an Unternehmen als unabhängiger Gutachter und Berater weiter. Seine Veröffentlichungen, der (V)Blog und seine Social-Media-Kanäle werden jeden Monat von vielen tausend Menschen verfolgt.

Einzelkurs

Influencer Marketing

Via Instagram, Snapchat & Co.

Ort und Termine

Berlin | 2.–3.12.2019 | 12.–13.3.2020

Frankfurt a.M. | 19.–20.11.2020

Influencer Marketing und Plattformen wie Instagram, Pinterest und Snapchat sind in aller Munde. Visuelles Storytelling und Contentmarketing schwirren als neue Buzzwords durch die Marketingfachpresse. Word of Mouth ist auf digitalen Stereoiden unterwegs und feiert eine visuelle Renaissance! In diesem Seminar lernen Sie das Potential von Influencer Marketing und WoM sowie die wichtigsten „visuellen“ Plattformen und Apps kennen. Sie entwickeln gemeinsam Ideen und Strategieansätze und lernen, das Potential für Ihre Marke einzuschätzen. Zur Veranschaulichung bekommen Sie viele Best-Practice-Beispiele namhafter Brands.

„War ein super informatives, intensives und inspirierendes Seminar.“

Nicole Di Natale, Bain & Company

Programm

- Influencer Marketing und wie ich es für meine Marke nutzen kann
- Wie binde ich digitales Word of Mouth und Influencer Marketing in meinen Marketing-Mix ein?
- Strategie und Ideenentwicklung für visuelles Storytelling
- Content Marketing auf den wichtigsten Plattformen und Apps wie Instagram, Snapchat, Pinterest und Blogs
- Tipps zu Pricing und Erfolgsmessung
- Relevante Best-Practice-Beispiele von Top Brands weltweit

Methode

Mix aus Vortrag, Diskussion, Erfahrungsaustausch, Fallstudien, gemeinsamem Brainstorming an eigenen Beispielen sowie Übungen und Gruppendiskussion.

Lernziel

Sie erfahren, wie erfolgreiche Top-Brands Influencer Marketing, Social Media und Word of Mouth in ihrem Marketing-Mix einsetzen. Sie lernen die wichtigsten Plattformen für visuelles Content Marketing, Storytelling und digitale Opinion Leader kennen.

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte aus Marketing und PR sowie für Web- und Online-Marketing-Verantwortliche.

Referent



Torsten Panzer

ist Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg, Beirat der Social Media Week und als Kommunikationsberater und Dozent tätig. Der gelernte PR-Experte hat große Marken und Konzerne wie Coca-Cola, P&G, Tchibo und Unilever betreut. Er war Co-Founder der internationalen Word-of-Mouth Agentur Buzzer, Geschäftsführer der Social Media Akademie und Director Social Media bei der renommierten Agentur thjnk.

Preis 1.490 Euro*

Neu: Einzelkurs

Usability & User Experience

Ihr Weg zu maximaler Kundenzufriedenheit

Ort und Termine

Berlin | 30.–31.3.2020 | 16.–17.11.2020

Usability ist ein zentrales Element für jede Anwendung, besonders im digitalen Bereich. In diesem Seminar lernen Sie die wichtigsten Grundlagen der User Experience kennen. Etablierte Methoden werden praxisnah erklärt und im Seminar direkt für Ihren Kontext ausprobiert. So sind Sie im Anschluss sofort in der Lage die Methoden in Ihrem speziellen Kontext und in Ihrer täglichen Arbeit anzuwenden und so Usability-Probleme aufzudecken. Ebenso lernen Sie, wie Sie Lösungsvorschläge zur Verbesserung der Usability erarbeiten können. Darüber hinaus erhalten Sie einen Überblick über unterschiedliche User-Research-Modelle und wenden diese im Seminar praktisch an. So sind Sie in der Lage dauerhaft und fundiert Nutzerfeedback einzuholen, das Sie auf dem Weg der stetigen Optimierung Ihrer digitalen Anwendungen unterstützt.

„User Experience ist entscheidend für den Erfolg Ihrer Webseite und bietet großes Potenzial, sich vom Wettbewerb abzuheben.“

Viktoria Zenker

Programm

- Von Aufgabenangemessenheit bis Steuerbarkeit – Die Grundlagen der Usability
- Solide Werkzeuge der Optimierung: Benchmarks und Walk-throughs
- Prototyping – Visualisieren, Weiterentwickeln & Kommunizieren
- Personas: ein Leitfaden zur Erstellung
- User Research – Anwendung passender Research-Methoden zur Optimierung der Usability

Methode

Praxisnahe Vorträge, Praxisbeispiele, Gruppenarbeiten. Jede Methode wird direkt in ihrem Kontext angewendet.

Lernziel

Sie lernen konkrete Methoden kennen und anzuwenden, die Ihnen dabei helfen, die Nutzerfreundlichkeit Ihrer digitalen Anwendung zu optimieren. Nach dem Seminar haben Sie bereits konkrete Optimierungsideen erarbeitet, die Sie im Anschluss mit Ihrem Team umsetzen können.

Zielgruppe

Alle Beteiligten an der Entwicklung und Gestaltung von digitalen Anwendungen aus Marketing, Kommunikation, Werbung, PR und eCommerce. Außerdem: Projektleiter*innen, Produktmanager*innen, Usability-Tester*innen, sowohl Einsteiger*innen als auch Erfahrene, die ihr Praxiswissen auf Basis der ISO-Norm auffrischen und praxisnah anwenden möchten.

Referentin



Viktoria Zenker

arbeitet seit 2018 im Bereich UX-Design & -Reserch für Carglass® Deutschland. Davor war sie unter anderem als UX-Managerin bei der Galeria Kaufhof GmbH und der Parfümerie Douglas GmbH in den Bereichen Digitales Direktmarketing und UX tätig. Ihren breiten Erfahrungsschatz im Bereich Usability, User Experience und Personalisierung gibt sie als Lehrbeauftragte für E-Business weiter.

Preis 1.490 Euro*

* Alle Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer.

Einzelkurs

E-Mail-Marketing – aber richtig!

Ansprache und Kundenbindung im E-Mail-Marketing

Ort und Termine

Berlin | 20.3.2020

Frankfurt a.M. | 30.10.2020

Das Seminar vermittelt Tipps und Tricks, damit Ihre E-Mails gelesen werden und nicht in der Flut untergehen. Wie steigere ich die Öffnungs- und Klickrate? Worauf muss ich bei der Gestaltung professioneller E-Mails achten? Wie umgehe ich Spamfilter? Wen darf ich anschreiben und wen nicht? Was genau erfordert eine rechtlich wasserdichte Einwilligung? Welche Software ist dafür die richtige? All das sind Fragen, deren Antworten Sie im Seminar erhalten.

„Die Atmosphäre des Seminars war sehr angenehm und ausgeglichen, was mir beim Lernen wichtig ist. Die vermittelten Inhalte konnte ich direkt am nächsten Arbeitstag anwenden.“

Jaqueline Wotke, BIOTRONIK

Programm

- Dos and Don'ts im E-Mail-Marketing
- Wie Ihre Mail aus der Flut heraussticht
- Die richtige Versandzeit und Frequenz
- Aufbau, Textgestaltung und Design
- Kriterien für die Software-Auswahl
- Anbindung an CRM-Systeme
- So schützen Sie sich vor Abmahnungen
- Drei Wege, um die Relevanz zu erhöhen

Methode

Vortrag, Übungen, Gruppenarbeit, Präsentation.

Lernziel

Einblick in die Welt der Werbung. Differenzierte Sichtweise auf Aufgaben und Verantwortungen von Werbe- und Kommunikationsagenturen. Schreibe und Denke von Kreativen verstehen und nachvollziehen. Orientierung verschiedenster Kommunikationsmaßnahmen und Kampagnenumsetzungen.

Zielgruppe

Personen in Kommunikationsberufen, die mit Werber*innen zusammenarbeiten.

Referent



Dr. Torsten Schwarz

ist freier Berater und Leiter der Kompetenzgruppe Online Marketing im Verband der deutschen Internetwirtschaft. Torsten Schwarz ist Herausgeber des Standardwerks „Leitfaden Online Marketing“ und mehrerer Bücher über E-Mail-Marketing. Seit 1987 hält er Vorträge und Seminare zu Internetthemen. 1994 setzte er einen der weltweit ersten Webserver auf. Er war Marketingleiter eines E-Mail-Softwareherstellers und berät heute internationale Unternehmen.

Preis 890 Euro*

Neues Konzept: Einzelkurs

E-Commerce 2.0 Bootcamp

Online-Handel im Zeitalter von Mobile, Social Media und künstlicher Intelligenz

Ort und Termine

Berlin | 27.4.2020 | 26.10.2020

In den letzten Jahren hat sich E-Commerce dramatisch verändert, vor allem wegen der Verschiebung hin zu Mobile, Social Media und Direct-to-Consumer-Marken. Selbst E-Commerce-Riesen wie Zalando und Amazon müssen sich hier anpassen, um die Generation Y und Z weiter erreichen zu können. In diesem Seminar erfahren Sie, wie E-Commerce in einer Mobile-FirstWelt funktioniert. Sie werden außerdem aktuelle Social-Commerce-Geschäftsmodelle skizzieren und die wichtigsten Verkaufsplattformen und Marketingkanäle identifizieren können.

„E-Commerce boomt, aber nur die wenigsten verdienen damit Geld.“

Dr. Tu-Lam Pham

Programm

- Einführung: E-Commerce 1.0 (Amazon, Zalando und Co.)
- Konsumverhalten der Generation Y und Z
- E-Commerce 2.0 Geschäftsmodelle (Social & Mobile Commerce)
- E-Commerce Trends aus den USA und China (Voice Commerce, KI, Super Apps, sharing economy)
- Digitales Marketing: wie funktioniert digitales Marketing jenseits von Google und Co.?

Methode

Im Mittelpunkt steht ein Case, in dem Sie alle relevanten E-Commerce Bausteine und Trends kennen lernen und dann in Eigenregie auf ihr fiktives Business anwenden, inkl. Businessplan, Marketingstrategie sowie Umsatz- und Kostenplanung.

Lernziel

Überblick über die aktuelle E-Commerce Landschaft, Trends, Best Practices sowie Verkaufsplattformen und Marketingkanäle. Entwicklung eines „mobile first“ E-Commerce Geschäftsmodells.

Zielgruppe

Führungskräfte und E-Commerce Manager*innen, die in ihren Unternehmen das Thema E-Commerce und Social Media steuern und sich einen ganzheitlichen Überblick über die aktuellen Trends verschaffen wollen.

Referent

**Dr. Tu-Lam Pham**

ist ein Entrepreneur für digitale Geschäftsmodelle und Experte für die digitalen Trends von morgen. Er ist Gründer und Geschäftsführer von Digital IQ, einem Trainings- und Beratungsunternehmen für digitale Geschäftsmodelle, Online Marketing und Social Media. Zuvor war er u.a. Professor, erfolgreicher Start-up Gründer und in den Bereichen E-Commerce, Media und Venture Capital tätig.

Preis 890 Euro*

Einzelkurs

Digitale Megatrends

Ort und Termine

Berlin | 28.4.2020 | 27.10.2020

Was steckt hinter Begriffen und Technologien wie Virtual Reality, Sharing Economy, Fintech, selbst fahrenden Autos, künstlicher Intelligenz und dem Internet der Dinge? Was macht Unternehmen wie Uber, Airbnb, Snapchat und Tesla so erfolgreich? Wer sind die wichtigsten Köpfe, Firmen und Investor*innen aus dem Silicon Valley? Und wie werden diese Trends unser Leben verändern? Wie müssen sich unsere Geschäftsmodelle anpassen? In diesem Seminar lernen Sie die spannendsten Technologietrends und die innovativsten Start-ups sowie deren Gründer*innen und Erfolgsgeheimnisse kennen. Durch Case Studies und Diskussionen finden wir heraus, wie diese Technologien unseren Alltag verändern und wie Ihr Unternehmen optimal mit den Chancen und Risiken dieser Entwicklungen umgehen kann.

„Die technische Disruption wird auch Ihre Industrie durcheinander wirbeln – ob Sie wollen oder nicht!“

Dr. Tu-Lam Pham

Programm

- Die Erfolgsfaktoren des Silicon Valley
- Die Technologielandschaft
- Unicorns: die wertvollsten Start-Ups der Welt
- Die Technologie Megatrends
- Neue Geschäftsmodelle
- Die Auswirkungen dieser Trends auf unser Unternehmen
- Die Auswirkungen dieser Trends auf die Gesellschaft

Methode

Theorie, Case Studies von Unternehmen wie Uber und Airbnb, Gruppenarbeit, Entwicklung eines eigenen digitalen Geschäftsmodells.

Lernziel

Verstehen neuer Technologien, aktueller Geschäftsmodelle sowie der Technologielandschaft. Entwicklung von Ideen für existierende und neue Geschäftsfelder.

Zielgruppe

Führungskräfte, Strateg*innen, Investor*innen, Business-DevelopmentManager*innen, Marketing-Expert*innen und Personalentwickler*innen, die die aktuellen Technologie- und Businesstrends analysieren, bewerten und in ihre eigenen Unternehmen einbringen möchten.

Referent



Dr. Tu-Lam Pham

ist ein Entrepreneur für digitale Geschäftsmodelle und Experte für die digitalen Trends von morgen. Er ist Gründer und Geschäftsführer von Digital IQ, einem Trainings- und Beratungsunternehmen für digitale Geschäftsmodelle, Online Marketing und Social Media. Zuvor war er u.a. Professor, erfolgreicher Start-up Gründer und in den Bereichen E-Commerce, Media und Venture Capital tätig.

Preis 890 Euro*

Performance Marketing

LinkedIn, Google oder Facebook – welcher Kanal ist für welches Ziel der richtige? Wo erreichen Sie Ihre Zielgruppe am besten, am schnellsten und am kostengünstigsten? Wie messen Sie den Erfolg Ihrer Kampagnen? Welche KPIs sind wirklich relevant? Welche Best Cases gibt es – und welche Stolperfallen sollten Sie vermeiden?



Einzelkurs

Mit Suchmaschinenmarketing mehr Erfolg im Internet

Die besten Tools und Strategien

Ort und Termine

Berlin | 30.–31.3.2020 | 29.–30.10.2020

Was sind die wichtigsten Maßnahmen im Suchmaschinenmarketing? Thorsten Piening vermittelt Ihnen in einem zweitägigen Seminar alle Tipps und Tricks für mehr Erfolg im Internet. Die Schwerpunkthemen: Suchmaschinenwerbung und Suchmaschinenoptimierung. Nach einer Einführung in die Grundlagen des Online Marketings erlernen die Teilnehmer*innen das fundierte Handwerk der Keyword-Recherche und Keyword-Analyse. Anschließend werden die Möglichkeiten und Schwierigkeiten in der Suchmaschinenwerbung mit Google Ads thematisiert. Am zweiten Semintag beschäftigen Sie sich mit der Suchmaschinenoptimierung (Onsite und Offsite) und den wichtigsten SEM-Tools. Das Seminar endet mit einer praxisbezogenen SEM-Klinik.

„Das Seminar gibt einen wunderbaren Einblick in die Welt des Suchmaschinenmarketings und seine Möglichkeiten. Vom kostenintensiven Advertising bis hin zur eigenen SEO – Top!“

Astrid Prüger, ELLINGTON HOTEL BERLIN

Programm

- Grundlagen im Online Marketing
- Keyword-Recherche & Keyword-Analyse
- Suchmaschinenwerbung (SEA)
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) – Offsite & Onsite
- Suchmaschinenmarketing-Tools
- SEM Klinik – Anwendung der erlernten Lernziele anhand von Praxisbeispielen

Methode

Theoretische Wissensvermittlung via Präsentation und Gruppendiskussion. Praktische Anwendung des Erlernten durch Gruppenarbeit.

Lernziel

Das Seminar vermittelt Ihnen ein ganzheitliches Verständnis für die wichtigsten Maßnahmen in der Suchmaschinenwerbung und der Suchmaschinenoptimierung. Am Ende der Veranstaltung sind Sie in der Lage, eine Online-Marketing-Strategie eigenständig zu planen, umzusetzen und zu optimieren.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Berufseinsteiger*innen und Berufserfahrene aus Marketing, Werbung und Vertrieb. Spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten werden nicht benötigt.

Referent



Thorsten Piening

verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung im Online Marketing und als Entrepreneur. Seit 2011 ist er Geschäftsführer der qualitytraffic GmbH, die sich auf Suchmaschinenmarketing, Web Controlling und Conversion-Optimierung spezialisiert hat. Davor war er unter anderem Chief Marketing Officer der Media Ventures GmbH und geschäftsführender Gesellschafter der klickfreundlich GmbH, beide Unternehmen des STÖER-Konzerns.

Preis 1.490 Euro*

Einzelkurs

Data-Driven Marketing

Wie Ihre Datenqualität verbessert werden kann, um damit bessere Ergebnisse zu erzielen.

Ort und Termine

Berlin | 30.–31.3.2020 | 12.–13.11.2020

Data-Driven oder auch datengetriebenes Marketing ist nichts Neues – Angebot und Nachfrage waren im Laufe der Zeit schon immer die Grundlage für Unternehmen. Mittlerweile haben wir allerdings zu viele Daten, die verarbeitet werden, wodurch MarketingManager*innen und Führungskräfte zunächst herausfinden müssen, welche Kennzahlen wirklich wichtig sind. In diesem Kurs lernen Sie, wie Sie die wichtigsten Kennzahlen identifizieren und diese zu Ihrem Vorteil einsetzen können, um damit bessere Ergebnisse zu erzielen. Entscheidungen aus dem Bauch heraus führen zu nichts. Wir haben Informationen, die wir nutzen müssen.

„Kennen Sie Ihre Daten und wissen Sie, wie Sie diese für Ihr Marketing nutzen können?“

Lillian Haase

Programm

- Saubere und zuverlässige Daten
- Anomalie-Erkennung
- Optimierung von kostenpflichtigen digitalen Marketing-Kampagnen
- Deep Dive: Google Ads
- Deep Dive: Google Analytics
- Vorausplanung

Methode

Technische Theorie, Case Studies sowie Gruppen- und Einzelarbeit.

Lernziel

Werden Sie zum*zur Expert*in für datengetriebene, digitale Marketingstrategien und Optimierung. Sie brauchen sich in Ihren digitalen Marketingkampagnen nicht mehr auf Ihr „Bauchgefühl“ zu verlassen. Stattdessen kennen Sie Ihre Daten genau und wissen sie zu nutzen.

Zielgruppe

Dieses Seminar richtet sich an Personen, die digitale Marketingbudgets verwalten und über Ergebnisse berichten. Das Seminar hat einen starken praktischen Schwerpunkt für Digital-Marketing Manager*innen. Es eignet sich jedoch auch für Führungskräfte, die datengesteuerte Strategien entwickeln und anwenden.

Referentin



Lillian Haase

ist seit 2008 als Digital Marketerin tätig. Sie begann als Affiliate-Marketerin und wurde zur Beraterin, als die Geschäftsführer bemerkt haben, dass sie dabei helfen kann „im Internet gefunden zu werden“. Danach wurde sie Account Managerin in 2 Digital Marketing Agenturen sowie Team Lead in einer internationalen PR Agentur. Derzeit ist sie Senior Digital Marketing Managerin bei Webtrekk. Lillian hat eine Leidenschaft für Analyse und Leistungsoptimierung basierend auf datengesteuerten Erkenntnissen sowie für die Schulung von Digital Marketer*innen.

Einzelkurs

Virale PR- und Werbekampagnen entwickeln und umsetzen

Virale Filme und Spots als Zentrum erfolgreicher Kampagnen

Ort und Termine

Berlin | 19.–20.3.2020 | 26.–27.10.2020

Bleiben Sie dran. Fast täglich sehen wir virale Filme und Kampagnen im Internet und sind von deren Wirkung fasziniert. Ein viraler Film kommt heute nicht mehr allein daher, sondern ist eingebettet in eine transmediale Kampagne. Wie werden diese Kampagnen konzipiert? Bei transmedialen Kampagnen funktioniert der virale Film meist wie ein Zünder. Er ist der erste Erzählbaustein, der die Verbreitung der Botschaft anstößt. Welcher thematische oder filmische Impuls fasziniert die Zielgruppe so stark, dass sie die gestaltete Botschaft weiterleitet oder das Medium wechselt? Nach welchen Kriterien beurteilt man die Gestaltungs- und Kampagnen-Idee? Wie entwickelt und schreibt man die virale, transmediale Story? Welche Kraft und Wirkung entfaltet Storytelling? Wie werden die Erzählstränge der Story und der Filme medienübergreifend, online oder offline, verknüpft und verlinkt?

„Das Seminar beweist:
Es gibt kein schwieriges
Thema. Egal ob B2B oder
B2C – wenn es um virale
Filme geht, sind alle
Kunden gleich. Sie wollen
unterhalten werden.“

Annika Flanderka, Rostocker Straßenbahn

Programm

- Das Briefing für das Erstellen einer viralen Kampagne
- Die Auswahl der Medien
- Die Pain Points der Zielgruppe und das Versprechen der Kampagne
- Die Gestaltungskriterien viraler Filme
- Die Erzählstrukturen transmedialer Kampagnen
- Die Entwicklung der Story für den viralen Erfolg
- Die Entwicklung und Produktion der Filmidee
- Die Verbreitung und das Seeding der Filme

Methode

Vermitteln des Wissens an Beispielen der Gestaltungspraxis. Gruppenarbeit, Workshop-Format und das Anwenden von Kreativtechniken.

Lernziel

Nach den zwei Tagen können Sie das gelernte Wissen in der Praxis anwenden. Sie fühlen sich rund um fit für die nächste Generation von Online-Kampagnen. Sie können virale Kampagnen planen, beurteilen, entwickeln und produzieren.

Zielgruppe

Kommunikationsverantwortliche aus PR-, Werbe- und Marketingabteilungen, die an der Planung, Konzeption, Beurteilung und Produktion viraler Kampagnen beteiligt sind.

Referent



Dr. Albert Heiser

wurde für seine kreativen Leistungen vielfach ausgezeichnet. Er arbeitete als Werbetexter und Kreativ Direktor u. a. bei den Agenturen Ogilvy & Mather, Saatchi & Saatchi und Grey/Dorland. 2001 gründete er das Forschungs- und Weiterbildungsinstitut Creative Game. Er ist Dozent an der Universität der Künste Berlin, der Zürcher Hochschule der Künste und der Filmhochschule Ludwigsburg und trainiert und berät Unternehmen bei der Kampagnenentwicklung.

Preis 1.490 Euro*

Einzelkurs

Analytics für E-Commerce und Online Marketing

Ort und Termine

Berlin | 25.–26.5.2020 | 16.–17.11.2020

CPC, CPA, CPM, CLV, DAU, ARPU?

Online Marketing kann ein Dschungel von Abkürzungen, Metriken und KPIs sein. Wollen Sie sich über diesen Bereich einen Überblick verschaffen? Dann sind Sie in diesem Seminar genau richtig. In den Zeiten von Big Data wird es immer wichtiger, die richtigen Kennzahlen zu messen, zu analysieren und die richtigen Handlungen daraus abzuleiten. Die erfolgreichsten Unternehmen der Welt machen (Big)-Data zur Priorität. Datengetriebenes Arbeiten ist in jedem Bereich wichtig: im Marketing, der Produktentwicklung und der Kundenanalyse.

„Ein guter Überblick über die relevanten Themen im Online Marketing – gut geeignet für alle, die nicht täglich in digitalen Details unterwegs sind, die aber steuern und die richtigen Fragen stellen müssen.“

Kirsten Trenkner, Carl Kühne

Programm

- Technische Grundlagen: Wie funktioniert Tracking im Internet? Welche Rollen spielen Cookies und Pixel?
- Datenerfassung: Welche Daten wollen wir sammeln? Warum wollen wir sie sammeln? Woher kommen diese Daten?
- Analyse: Welche Analysetechniken gibt es? Welche Segmente oder Filter sollte man bilden? Auf welche Kennzahlen muss man achten?
- Anwendung im E-Commerce: Sortimentsanalyse, Webseiten-Optimierung, Reporting Dashboards etc.

Methode

Einführung in die theoretischen Grundlagen, Diskussion aktueller Trends, Kleingruppenübungen, Best Practices & Case Studies, praktische Übungen in Excel, Ausblick auf zukünftige Entwicklungen.

Lernziel

Sie erfahren, warum und wie man ein Unternehmen nach Kennzahlen steuert und bekommen ein Verständnis für die wichtigsten Kennzahlen in digitalen Geschäftsmodellen sowie die Anwendung wichtiger Analyse-Tools.

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Digital Business, E-Commerce, Marketing, Controlling/Finance und Business Development, die ihre digitalen Geschäftsmodelle aufbauen oder erweitern möchten.

Referent



Dr. Tu-Lam Pham

ist ein Entrepreneur für digitale Geschäftsmodelle und Experte für die digitalen Trends von morgen. Er ist Gründer und Geschäftsführer von Digital IQ, einem Trainings- und Beratungsunternehmen für digitale Geschäftsmodelle, Online Marketing und Social Media. Zuvor war er u.a. Professor, erfolgreicher Start-up Gründer und in den Bereichen E-Commerce, Media und Venture Capital tätig.

Preis 1.490 Euro*

Einzelkurs

Marketing Automation

Die effiziente Revolution für Marketingprozesse

Ort und Termine

Berlin | 19.6.2020 | 13.11.2020

Was lässt sich automatisieren? Und wann ist welche Art von Marketing Automation sinnvoll? Automatisierung revolutioniert das Marketing: Programmatic Advertising automatisiert Mediaeinkauf und Werbemittelauslieferung. Quasi in Echtzeit lassen sich Erkenntnisse aus der Ergebnismessung in Kampagnenrealität umsetzen. Auch innerhalb der Marketingabteilung eröffnen sich Automatisierungsmöglichkeiten: Spezialisierte Tools übernehmen Standardaufgaben im alltäglichen Prozess- und Projektmanagement und sichern so den Roll der zunehmend vielfältigen Aktivitäten. Doch welche Art der Automatisierung ist für welches Unternehmen sinnvoll? Und wie ist der Weg von der Automatisierungsidee zur Implementierung der notwendigen Tools?

„Marketing im digitalen Zeitalter ist schnell und kreativ – nicht zuletzt mithilfe von Marketing Automation!“

Prof. Dr. Andrea Kindermann

Programm

- Was ist Marketing Automatisierung? Überblick über Begriffe, Konzepte und zukünftige Entwicklungen
- Wann ist welche Art von Automatisierung sinnvoll? Analyse und Szenarien
- Wie gelingt die Automatisierung? Vom Konzept zur Implementierung

Methode

Das Seminar kombiniert die Darstellung der relevanten Begriffe, Konzepte und Arbeitsmethodiken mit Praxisteilen, in denen Sie diese auf die eigene Situation anwenden.

Lernziel

Das Seminar versetzt Sie in die Lage, Automatisierungsmöglichkeiten in Ihrem Arbeitsgebiet zu identifizieren, zu bewerten und ggf. ein Automatisierungsprojekt aufzusetzen.

Zielgruppe

Marketingverantwortliche, die sich mit der Frage beschäftigen, ob sie in Marketing-Automatisierung investieren sollten.

Referentin



Prof. Dr. Andrea

Kindermann

ist als selbstständige Beraterin für Marketing und Digitale Transformation tätig. Ihr Spezialgebiet sind strategische und technologiegetriebene Marketinginnovationen. Andrea Kindermann hat als Beraterin und Organisationsentwicklerin unter anderem für Proximity Consulting, DDB, Jung von Matt und Villeroy & Boch gearbeitet. Zudem lehrt und forscht sie an der Quadriga Hochschule Berlin zur digitalen Transformation etablierter Unternehmen.

Preis 890 Euro*

Marketing Management

Marketing ist nichts für Angsthassen. Um Kampagnen erfolgreich aufzusetzen, Marken clever zu führen und Projekte effizient zu managen, braucht es eine Menge Hintergrundwissen und praktische Kenntnisse. In unseren Seminaren lernen Sie, wie Sie Ihr Können in Sachen Marketing Management aufbauen, erweitern und vertiefen.



Einzelkurs

Marketing Strategien für die digitale Transformation

Kreatives Marketing für digitale Champions

Ort und Termine

Berlin | 2.–3.4.2020 | 5.–6.10.2020

Die Digitale Transformation ist in aller Munde. Und das Marketing hat wie so oft die Vorreiterrolle. Im Seminar zeigen wir Ihnen die ganze Bandbreite der Digitalen Transformation im Marketing von A wie Agil über P wie Prozesse bis Z wie Zukunft. Erfahren Sie, wie die Taktgebenden der Digital Economy agieren und wie Sie Schritt halten, indem Sie Wettbewerbsvorteile herausarbeiten oder sogar Vordenker*in werden. Denn digitale MarketingTransformation bedeutet vor allem eines: Neue Wege finden, unsere Kund*innen von uns zu begeistern bevor es andere tun.

„Ein sehr praxisnahes Seminar mit wertvollen Inhalten. Vermittelt von einem sympathischen sowie authentischen Referenten und Querdenker.“

Marc Ludewig, ERGO Direkt Versicherungen

Programm

- Digital Marketing Transformation Grundlagen
- Disruption & Game Changer
- Technologien, Methoden, Erfolgsstrategien
- Business Models Innovation
- Digital Leadership
- Kommunikation, Networking, Openness
- Silicon-Valley-Methoden
- Digital Marketing 2.0
- Scrum für Marketing, Projekt- und Produktmanagement

Methode

Theoretische Inhaltsvermittlung, Gruppen- und Einzelarbeit in Hands-On Workshops.

Lernziel

Lernen Sie Denk- und Handlungsweisen der digitalen Economy im Umfeld der digitalen Marketing Transformation kennen. Holen Sie sich Impulse und identifizieren Sie mögliche Strategien für sich.

Zielgruppe

Marketingentscheider*innen, Geschäftsführer*innen, Vertriebsleiter*innen und Führungskräfte, die ihr Unternehmen fit für die Zukunft der Digital Marketing Transformation machen wollen.

Hinweis

Für dieses Seminar benötigen Sie einen internetfähigen Laptop.

Referent



Norbert Barnikel

gilt in Fachkreisen als ein Mann der ersten Stunde im deutschsprachigen Digital Marketing. Sein umfassendes Know-How aus Wissenschaft, Forschung, Lehre & Praxis gibt er international als leidenschaftlicher Dozent an der ICN Business School, Akademien, Instituten und an Unternehmen als unabhängiger Gutachter und Berater weiter. Seine Veröffentlichungen, der (V) Blog und seine Social Media Kanäle werden jeden Monat von vielen tausend Menschen verfolgt.

Preis 1.490 Euro*

Neu: Einzelkurs

Strategien in der Marketingpraxis

Performance-orientierte Marketingpläne erstellen und umsetzen

Ort und Termine

Berlin | 16.–17.3.2020 | 3.–4.12.2020

Das Marketing-Strategie-Seminar befähigt Teilnehmer*innen Marketing-State-of-The-Art-Strategien zu entwickeln und umzusetzen, die messbar mehr „Verkaufen“. Erlangen Sie ein tiefgreifendes Verständnis von Kommunikationsräumen, Performance Marketing und wirkungsvollen Werkzeugen. Lernen Sie, wie Sie die Sales und PR Kommunikation erfolgreich in Ihre Marketing-Strategie integrieren, welche resultierende Maßnahmen und deren Umsetzung von Anfang an mitdenkt.

„Das Prinzip ‚wird-schon-hinhauen‘ ist tot. Eine Strategie misst sich an Ihrem Wertbeitrag zur Erreichung der KPI's. Das hat den Strategie-Begriff verändert.“

Philip Kalisch

Programm

- Werkzeuge zur Analyse der Ausgangssituation & Theorie der Marketing-Strategie
- Marketing-Planung in der Praxis
- Integration der Vertriebsstrategie, der PR-Strategie und der Unternehmensstrategie
- Fallbeispiele: Marketing-Strategie eines erfolgreichen Start ups, eines erfolgreichen KMUs und eines erfolgreichen Großunternehmens
- Integration der erlernten Theorie und Praxis in den eigenen Arbeitsalltag

Methode

Besprechung der Strategie anhand von aktuellen und eigenen Fällen, Gruppenarbeiten mit kurzen Pitches, Impulse und Best Practices von den Referierenden, Vorlagen für Werkzeuge.

Lernziel

Sie erlernen die theoretischen Grundlagen und bekommen in der Analyse die kritischen Erfolgsfaktoren aus konkreten Fallbeispielen nähergebracht. Das gewonnene strategische Wissen wenden Sie noch im Seminar an und erhalten kontinuierliches Feedback von Expert*innen, welches die Adaption der neuen Strategien in den eigenen beruflichen Alltag ermöglicht

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing sowie Marketing Manager*innen oder Business-Development-Manager*innen, die sich mit der strategischen Ausrichtung Ihres Unternehmens beschäftigen.

Referenten

**Heiko Mehnert**

ist Vollblut-Werber und profitiert von beiden Sichtweisen der Werbung. Sowohl als Auftraggeber bei Senatorfilm, als auch als Texter und Kreativdirektor, Berater und Konzeptioner, Coach und Unternehmensberater auf Agenturseite. Heute leitet Mehnert die brand campus® Marketingagentur GmbH als Geschäftsführer.

**Philip Kalisch**

konzipiert Targeting-, Positionierungs- und Vertriebsstrategien für internationale Solar- und Software-Unternehmen. Er ist Gesellschafter der Marketingagentur Hausdorff Mongré und weiterer Startups. Philip Kalisch beriet Verbände, NGOs, Fernsehsender und Banken, führte Wahlkampfkampagnen für die SPD, arbeitete für den Deutschen Bundestag, die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit und seit 1999 für mehrere Hamburger Kommunikationsagenturen.

Preis 1.490 Euro*

Einzelkurs

Think B2B!

Marktzugang, Kernkompetenzen und Targeting stärken

Ort und Termine

**Berlin | 5.–6.12.2019 | 12.–13.3.2020
10.–11.12.2020**

War da nicht neulich der große Wunsch, aus den Medienfluten herauszukommen? Weil ich sonst nicht merke, was ich wirklich brauche, um aus potenziellen Kund*innen Käufer*innen zu machen? Wie ich im digitalen Zeitalter nicht Recherche vervielfache, sondern sogar leichter neue Kund*innen finde? – Diese oder ähnliche Fragen kennt fast jede Marketingabteilung, aber welches Denken bringt eine Verbesserung? Lassen Sie uns neu denken und herausfinden, warum B2B so viel dankbarer als B2C ist. Weniger potenzielle Kund*innen bedeuten eine kleinere Zielgruppe – das bedeutet: mehr Budget pro Adressat*in. Der Kaufprozess ist leichter nachvollziehbar, Content-Marketing-Elemente einfacher einzusetzen. PR, Marketing und Vertrieb können dichter zusammenrücken! Wenn, ja wenn ein gemeinsamer integrierter Marketingansatz gefunden wird. Und darum soll es hier gehen: Das Seminar befähigt Sie in vier Schritten sicher und selbstbewusst Ihre Strategie und Ihre Marketing-Kommunikation erheblich zu verbessern. Damit Ihre Kund*innen tun, was sie wollen. Kaufen.

„Sehr relevant und praxisorientiert, anschaulich vermittelt durch sehr kompetente Referenten.“

Jan-Philipp Schuhmacher, Orio Deutschland

Preis 1.490 Euro*

Programm

- Marktsegmente und Zielgruppe erkennen und strukturieren lernen
- Customer und Business Journey, Kundendaten nutzen und das Customer-Relationship-Management verbessern
- Potenzielle Kund*innen spitzer und fokussierter ansprechen und besser reagieren
- Botschaften, Claims, das Why und Kundennutzen entwickeln, Storytelling gezielt einsetzen

Methode

Best Practice, Gruppenarbeiten, Werkstätten, Demonstrationen, Inputs, Cases.

Lernziel

Sie werden befähigt, effizienter Ihre Zielgruppe und Marktsegmente zu erkennen und zu strukturieren.

Zielgruppe

PR Manager*innen, Marketing Manager*innen von kleinen und mittleren, national oder global tätigen Unternehmen mit oder ohne mehreren Dependancen und großen Interesse an modernem Targeting und Marketing.

Hinweis

Für dieses Seminar benötigen Sie einen Laptop.

Referenten



Heiko Mehnert

ist Vollblut-Werber und profitiert von beiden Sichtweisen der Werbung. Sowohl als Auftraggeber bei Senatorfilm, als auch als Texter und Kreativdirektor, Berater und Konzeptioner, Coach und Unternehmensberater auf Agenturseite. Heute leitet Mehnert die brand campus® Marketingagentur GmbH als Geschäftsführer.



Philip Kalisch

konzipiert Targeting-, Positionierungs- und Vertriebsstrategien für internationale Solar- und Software-Unternehmen. Er ist Gesellschafter der Marketingagentur Hausdorff Mongré und weiterer Startups. Philip Kalisch beriet Verbände, NGOs, Fernsehsender und Banken, führte Wahlkampfkampagnen für die SPD, arbeitete für den Deutschen Bundestag, die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit und seit 1999 für mehrere Hamburger Kommunikationsagenturen.

Einzelkurs

Multichannel Marketing

Ort und Termine

Berlin | 6.12.2019 | 11.5.2020 | 30.11.2020

Marketing als Managementdisziplin gewinnt zunehmend an Bedeutung. Die Marke wird dabei als emotionales Differenzierungsmerkmal zum erfolgskritischen Faktor, da Produkte und Leistungen immer vergleichbarer und ähnlicher werden. Doch während Marketer*innen ihre Zielgruppen früher – einfach gesagt – mit TV-Spots und Anzeigen in den Leitmedien sicher erreichen konnten, steigt die Zahl der Kanäle und Kontaktpunkte zum*zur Kund*in stetig. Die mündigen Kund*innen vergleichen Leistungen und Preise, lesen Bewertungen und hinterfragen Marketingversprechen. Heute und in Zukunft werden die Unternehmen erfolgreich sein, die ihre Kund*innen mit konsistenten Botschaften und Markenerlebnissen an den verschiedenen Kontaktpunkten begegnen können, sie inspirieren und begeistern.

„Das Marketing muss seine Rolle im Wertschöpfungsprozess von Unternehmen definieren und abgrenzen.“

Matthias Wesselmann

Programm

- Übersicht und Einführung in das Multichannel Marketing
- Charakteristika und Spezifika der verschiedenen Kommunikationskanäle
- Zielgruppensegmentierung
- Content-Strategien
- Multichannel-Kampagnen und Kanalmanagement
- Best Practices

Methode

Intensive Grundlagenvermittlung kombiniert mit einigen Gruppenübungen an eigenen, praktischen Beispielen sowie intensiver Erfahrungsaustausch.

Lernziel

Nach dem Seminar haben Sie einen Überblick darüber, wie Multichannel-Kampagnen funktionieren. Sie kennen die erfolgskritischen Faktoren, können Zielgruppen segmentieren und haben einen Überblick über mögliche Content-Strategien.

Zielgruppe

Mitarbeiter*innen in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen.

Referent



Matthias Wesselmann

ist Vorstand bei fischerAppelt AG und Geschäftsführender Gesellschafter bei der ENGN GmbH. Von 2012 bis Anfang 2015 war er als Director Group Marketing & Communications bei der Vitra International AG für die globale Marken- und Vertriebskommunikation und das internationale Marketing des Schweizer Premium-Möbelherstellers verantwortlich. Zuvor war er Standortleiter und Geschäftsführer bei fischerAppelt in Stuttgart.

Einzelkurs

Integrierte Marketing-Kommunikation

Mit On- und Offline-Strategien aus der Werbung transmediale Kampagnen designen

Ort und Termine

Berlin | 27.–28.4.2020 | 5.–6.10.2020

Marketing aus der Sicht eines Werbers: Wie entsteht eine Werbekonzeption unter Berücksichtigung eines Gesamtmarketingplans? Wie arbeitet eine Werbeagentur und was kostet so etwas in der Regel? Was heißt in diesem Zusammenhang ganzheitlich oder interdisziplinär? Was ist eigentlich gute Werbung und welche Schnittstellen finden sich zur PR und Öffentlichkeitsarbeit? All das und noch viel mehr steht auf der Agenda dieses Seminars – insbesondere Online Marketing als strategisches Moment auf der einen Seite und als »neue Form« der Direktwerbung auf der anderen Seite. Am Ende wissen Sie Bescheid, haben die Welt der strategischen Kommunikation und deren kreative Umsetzung kennengelernt, präsentiert von einem Generalisten und Praktiker mit vielen Beispielen und Case Studies.

„Der Referent weiß genau wovon er redet und geht bei Fragen individuell auf jeden einzelnen ein. Ein tolles Seminar mit interessanten Inhalten!“

Ramona Gunkel, SOPTIM

Programm

- Grundlagen des Marketing und Integration von Online Marketing
- Kreativität: Wie ist man kreativ? Und wie erreicht man Menschen?
- Werbekampagnen: Noch mehr Beispiele. Am liebsten integriert
- Ideen, Ideen, Ideen – Brainstorming-Übungen
- Werbetexte: von Bildheadlines und Longcopies
- Unterbrecherspots, Hauswurfsendungen und sonstige Belästigungen

Methode

Vortrag, Übungen, Gruppenarbeit, Präsentation.

Lernziel

Einblick in die Welt der Werbung. Differenzierte Sichtweise auf Aufgaben und Verantwortungen von Werbe- und Kommunikationsagenturen. Schreibe und Denke von Kreativen verstehen und nachvollziehen. Orientierung verschiedenster Kommunikationsmaßnahmen und Kampagnenumsetzungen.

Zielgruppe

Personen in Kommunikationsberufen, die mit Werber*innen zusammenarbeiten müssen oder sie endlich verstehen wollen.

Referent



Heiko Mehnert

ist Vollblut-Werber und profitiert von beiden Sichtweisen der Werbung. Sowohl als Auftraggeber bei Senatorfilm, als auch als Texter und Kreativdirektor, Berater und Konzeptioner, Coach und Unternehmensberater auf Agenturseite. Heute leitet Mehnert die brand campus® Marketingagentur GmbH als Geschäftsführer.

Preis 1.490 Euro*

Neu: Einzelkurs

Big Data im Marketing

Datenschutzkonforme und sichere Umsetzung

Ort und Termine

Berlin | 25.5.2020 | 20.11.2020

Die intelligente Nutzung von Kundendaten wird ein immer wichtigerer Wettbewerbsvorteil. Neue Tools und Trackingsysteme bieten völlig neue Möglichkeiten: Zielgenaues weltweites Targeting gläserner Kunden*innen ermöglicht eine neue Wertschöpfung bei den Kundendaten. Die Kosten für Conversions und Leadgenerierung sinken bei professionellem Einsatz und der richtigen Auswertung von Tracking-Systemen erheblich.

Diesem Potential stehen die Regelungen der DSGVO mit sehr hohen Bußgeldern gegenüber. In diesem Seminar lernen Sie, wie man die Chancen von „Big Data“ im Marketing rechtskonform und sicher umsetzt. Dabei werden auch die Anforderungen der neuen ePrivacy Verordnung umgesetzt.

„Datenschutzrecht und die DSGVO sollen ein modernes Online Marketing nicht erschweren oder verhindern, sondern zu einem Mehrwert, mehr Sicherheit und guten Gefühl bei den Kunden*innen führen.“

Dr. Georg Schröder

Preis 890 Euro*

Programm

- Datenschutzrechtliche Grundlagen
- Weltweite Datennutzung und Tools – welches Recht gilt?
- Big Data in der Praxis – Rechtskonforme Umsetzung von Marketingstrategien in den Bereichen: Social-Media-Plattformen, Tracking Tools, User Targeting im Affiliate-Bereich sowie kanalübergreifende Planung und Kampagnensteuerung

Methode

Inhalte werden im interaktiven Dialog erarbeitet (sokratische Methode). Zahlreiche reale Case Studies mit Praxisbezug.

Lernziel

Sie erhalten einen Überblick über die Möglichkeiten und Grenzen der Nutzung von Big Data im Marketing und können auf dieser Grundlage ihre Investments für Marketingmaßnahmen in diesem Bereich zielgenau steuern und kalkulieren.

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, CRM, Kampagnenmanagement, Online-Marketing, sowie Rechtsanwält*innen und Mitarbeiter*innen in Rechtsabteilungen.

Referent



Dr. Georg Schröder

ist Partner der Kanzlei HEUSSEN, einer der führenden IT-Rechtskanzleien in Deutschland. Er ist seit über 25 Jahren im Bereich Datenschutzrecht tätig und Herausgeber erfolgreicher Fachbücher. Weiterhin erfolgte dieses Jahr die Aufnahme in das Verzeichnis Best Lawyers in Germany und im Handelsblatt – Deutschlands beste Anwälte im IT-Recht.

Einzelkurs

Marketing- und Vertriebscontrolling

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 18.5.2020 | 20.11.2020

Ist das Vertriebscontrolling notwendiges Übel oder motivierende Chance? Was kann ich durch gutes Controlling lernen über Markt, Kund*innen, Wettbewerber*innen sowie die eigene Organisation und das eigene Team? Wie funktioniert konstruktive Zusammenarbeit zwischen Vertriebscontrolling und den Verkäufer*innen? Wie unterstützt Marketingcontrolling die tägliche Vertriebsarbeit? In diesem Seminar erhalten Sie Antworten auf all diese Fragen. Sie lernen, wie Sie ein erfolgreiches Vertriebscontrolling auch in der eigenen Organisation umsetzen können und wie Sie aus Kennzahlen die richtigen Handlungen folgen lassen.

„Die Beziehungspflege ist ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal gegenüber Wettbewerber*innen.“

Clemens Müller

Programm

- Grundlagen: Wie Controlling Ihre Erfolge sichtbar macht
- Positive Analytics: Wie lässt sich Controlling als Motivationsfaktor nutzen?
- Das Einmaleins der KPIs: Lernen Sie die Arbeit mit Kennzahlen durch Praxisbeispiele
- Wie ziehen Sie die richtigen Schlüsse und nutzen die Kennzahlen?
- Die Charakterfrage: Was ist der Unterschied zwischen Controller*in und Verkäufer*in?
- Lieferant*in und Dienstleister*in: Was kann das Marketing leisten?

Methode

Diskussionsrunden, Gruppenarbeit, Impulsvortrag, Best Cases.

Lernziel

Sie lernen Controlling als nützliches Tool zu erkennen und die richtigen Vertriebsmaßnahmen aus verschiedenen Kennzahlen abzuleiten. Zudem erfahren Sie auch, wie effektives Marketingcontrolling den Vertrieb durch relevante Kunden- und Marktinformationen entscheidend unterstützen kann.

Zielgruppe

Vertriebsmanager*innen, sowohl im Innen- als auch im Außendienst und im Key Account Management sowie Mitglieder der Unternehmensleitung.

Referent



Clemens Müller

ist seit 15 Jahren in verschiedenen Positionen und Branchen im Vertrieb tätig und hat dabei fast 10 Jahre Führungserfahrung. Er kann im Strukturvertrieb der Fitnessbranche ebenso Erfolge nachweisen wie im Key-Account-Management im Großkonzern und als Vertriebsleiter eines Freizeitparks. Als Fachgruppenleiter für Kundenbeziehungsmanagement im BDVM ist er Mitglied im Gesamtvorstand des Verbandes.

Preis 990 Euro*

Einzelkurs (ENGLISH)

International Marketing & Sales

Challenges in a global market

Place and Dates

Frankfurt a.M. | 28.–29.5.2020 | 29.–30.10.2020

Tariffs, import restrictions, Brexit etc. – no matter what political situation we are in – in many industries internationalization of business is a must. Besides our markets are getting more and more competitive. If you are not international today, your competitors might already be. Production, company structures and even our customers (online and offline) don't follow country and culture barriers. That's why your staff needs to be well prepared in international aspects in marketing and sales.

“The seminar supports in the multidimensional challenges of international Marketing & Sales: e.g. organization, global digital disruption, internal and external culture.”

Prof. Dr. Rainer Elste

Programme

- How international marketing & sales differs from national or regional approaches
- Approaches to internationalization for currently national companies
- How to prepare for internal and customer-focused international aspects in marketing & sales
- Setting-up and managing international teams
- Understanding the role of International Key Account Management
- Developing efficient marketing & sales processes in an international organization
- Dealing with digital disruptors and answering the question if digital business automatically is international

Method

Keynote speech, Case studies, Exchange of best-in-class by participants, group exercises.

Benefit

In this seminar you will learn how to internationalize successfully. After the seminar you can deal better with cultural differences, both inside and outside your company. You will get to know how to set-up a national or even global organization in sales and marketing. You will understand the role of digital disruption in a globalized world.

Audience

Marketing and sales managers who prepare for an international role in their organization; companies who consider going international.

Trainer



Prof. Dr. Rainer Elste

brings more than 20 years of industry experience in renowned companies such as the NIVEA company Beiersdorf where he started his career in marketing and sales. He managed new product launches and the development of advertising campaigns. He steered international projects with a focus on B2B across Latin America, USA and Europe. He moved on to take the responsibility as managing director of a SME in the NGO business in Madrid where he was also responsible for the construction of a new building, the implementation of an ERP system and the introduction of a sponsoring programme.

Price 1.490 Euro*

Neu: Einzelkurs

Markenperformance und Markenwert im digitalen Zeitalter

Handlungsempfehlungen für zeitgemäße Markenführung

Ort und Termine**Berlin | 14.5.2020 | 23.11.2020**

In unserer komplexen, digitalen Welt müssen sich Marken unter veränderten Bedingungen und Anforderungen behaupten. Die steigende Anzahl an Kontaktpunkten und die Flut an Informationen haben Einfluss auf Sichtbarkeit und Durchschlagskraft einer Marke – und in der Konsequenz auch auf ihren Wert. Eine komplexere, individualisierte Form der Markenkommunikation ist notwendig, um Zielgruppen zu erreichen und zu begeistern. Sie erfahren in dem Seminar, vor welchen konkreten Herausforderungen Markenverantwortliche stehen und anhand welcher Parameter Sie die Performance Ihrer Marke überprüfen können. Mithilfe von konkreten Beispielen wird aufgezeigt, wie eine sich daraus ergebende zeitgemäße Neuausrichtung aussehen kann.

„In einer komplexen Kommunikationswelt ist die zentrale Herausforderung, die Identität einer Marke für ihre Zielgruppen sichtbar und erlebbar zu machen.“

Jan Kruse

Programm

- Einführung Marke und digitale Markenführung
- Überblick über Kommunikationskanäle und ihre Charakteristika
- Chancen und Risiken unter den veränderten Bedingungen
- Definition von Parametern zur Bewertung und Neuausrichtung der Markenkommunikation
- Best Practices zeitgemäßer, digitaler Markenführung

Methode

Grundlagenvermittlung; Informationsaustausch anhand eigener, praktischer Beispiele der Teilnehmer*innen; Case Studies.

Lernziel

Sie erhalten einen Überblick über die Herausforderungen an Markenkommunikation im Kontext von Digitalisierung, Personalisierung und Kanalfragmentierung. Sie erfahren anhand konkreter Prüfkriterien, wodurch Marken und Unternehmen überzeugen können, um Sichtbarkeit, Wertschätzung und Wertschöpfung in Zeiten des digitalen Wandels zu erzielen.

Zielgruppe

Marken- und Kommunikationsverantwortliche von Unternehmen sowie Marketingmanager*innen, die sich mit dem Thema Brand Management auseinandersetzen.

Referent**Jan Kruse**

ist Designer mit mehr als 20 Jahren Berufserfahrung und betreut zahlreiche Kund*innen aus den unterschiedlichsten Branchen. Nach seinem Illustrationsstudium an der Fachhochschule Hamburg und einigen Jahren als Freelancer und CD bei Factor kam Jan Kruse 2007 zu LIGALUX und übernahm 2008 die Geschäftsführung. Seitdem leitet und inspiriert er das LIGALUX-Team und ist für viele erfolgreiche Corporate Design und Corporate Publishing Fälle verantwortlich.

Preis 890 Euro*

Content Marketing & Storytelling

Du. Sollst. Nicht. Langweilen. Oder:
Jede gute Geschichte braucht eine
gute Geschichte. Wollen Sie mit Ihrem
Marketing in Erinnerung bleiben, Emo-
tionen und Assoziationen wecken,
greifen Sie auf die bewährten Mittel
des Storytellings zurück – natürlich
clever übertragen in unser digitales
Zeitalter.



Zertifikatskurs

Content Marketing

Ort und Termine

Berlin | 30.11.–4.12.2020

Düsseldorf | 20.–24.4.2020 | 7.–11.9.2020

Frankfurt a.M. | 15.–19.6.2020

Guter Content statt Werbung. Im Zertifikatskurs „Content Marketing“ wird ein kompletter Werkzeugkoffer vermittelt, mit dem Sie Ihr Unternehmen zu einem Medium werden lassen können. Das Seminar zeichnet sich durch fundiertes Hintergrundwissen, Theorien, eine Übersicht über die Social Media-Landschaft, Praxisbeispiele, Gruppenarbeit und Workshops aus. In fünf Tagen vermitteln renommierte Expert*innen Kanäle, Positionen, Strategien und Arbeitsweisen, um das Publikum noch effektiver zu erreichen und um die Qualität der Inhalte spürbar zu steigern. Content Marketing ist die Zukunft. Hier geht die Reise los.

„Intensiv ist Programm – aber dafür erhält man auch in einer Woche das ganze Spektrum des Content Marketing.“

Georg Schneider, Airbus Defence and Space

Programm

- Content-Marketing-Konzept
- Content Mix & Social Media I
- Social Media II & Storytelling
- Redaktionsalltag
- Evaluation & Recht

Zielgruppe

Einsteiger*innen aus Marketing und Unternehmenskommunikation und alle, die lernen wollen, wie man mit gelungenen Inhalten seine Zielgruppen effektiv anspricht.

Lernziel

Sie lernen, wie Sie im Rahmen einer fundierten Content-Strategie Inhalte erstellen und über verschiedene Kanäle verbreiten. Sie wissen, was gute Inhalte ausmacht und welche Werkzeuge für die Umsetzung notwendig sind.

Methode

Vermittlung von Praxiswissen und Theorien durch Impulsvorträge, Praxisbeispiele, Gruppenarbeit und Workshops.

Abschlusszertifikat

„Content Marketing Manager“ der Quadriga Executive Education

Hinweis

Für dieses Seminar benötigen Sie einen internetfähigen Laptop.

Referent*innen



Barbara Ward

ist Buchautorin und Online-Redakteurin. Die gelernte Werbekauffrau, studierte Medienwissenschaftlerin und Journalistin schreibt aktuell für Print- wie Online-Medien und ist als Autorin für verschiedene deutsche Content-Marketing-Projekte tätig.



Jonathan Scholz

ist als Berater für Social Media und Content Marketing tätig. Unter anderem betreute er drei Jahre die deutschlandweit bekannte #weilwirdichlieben-Kampagne der Berliner Verkehrsbetriebe und gewann damit alle namhaften Marketing-Preise. Weitere Kunden sind und waren Zalando, Mercedes, E.ON und Lufthansa.

Preis **2.890 Euro***

Referent*innen

**Marcus M. Hotze**

ist Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und Partner der Heussen Rechtsanwalts-gesellschaft. Er berät Unternehmen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, speziell beim Einsatz neuer Medien.

**Torsten Panzer**

ist Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg, Beirat der Social Media Week und als Kommunikationsberater und Dozent tätig. Der gelernte PR-Experte hat große Marken und Konzerne wie Coca-Cola, P&G, Tchibo und Unilever betreut.

Detailprogramm

Tag 1 / 10–18 Uhr**Content-Marketing-Konzept**

Welche Fragestellungen müssen Sie klären, bevor Sie mit Ihrem Content Marketing loslegen können? Barbara Ward vermittelt Ihnen alle Grundlagen für den Start ins Content Marketing: von der Persona-Entwicklung bis zur Auswahl der Kanäle.

Seminarinhalte:

- Grundverständnis Content Marketing
- So funktioniert der Dialog im Web 2.0
- Schritt für Schritt zum Content-Marketing-Konzept
- Personas entwickeln
- Ein Zuhause für den Content finden
- Geeignete Kanäle auswählen

Tag 2 / 9–18 Uhr**Content Mix & Social Media I**

Anhand von Fallbeispielen lernen Sie nützliches Handwerkszeug für die Content-Produktion und welcher Content die User*innen begeistert. In der Schreibwerkstatt lernen Sie, die Social-Media-Schreibe von der Pike: Wie schreibt man einen lesefreundlichen Blogbeitrag? Wie meistere ich Twitter?

Seminarinhalte:

- Beliebte Content-Formate
- More than words: Es muss nicht immer ein Artikel sein
- Tipps & Tricks für Content-Produktion
- Was ist "guter" Content?
- Grundregeln für gute Webtexte & Blogbeiträge
- Leser*innen mit Teaser-Texten überzeugen
- Die Rolle der Suchmaschinen

Tag 3 / 9–18 Uhr**Social Media II & Storytelling**

Barbara Ward zeigt Ihnen, worauf es beim Texten für Social Media ankommt. Am Nachmittag kommt Jonathan Scholz zum Thema Content Marketing und Geschichtenerzählen: In welchen Situationen eignet sich Storytelling als Konzept für die Markenkommunikation? Wie funktioniert es und welche Rolle nimmt es im Content Marketing ein? Und wie kommt man von den strategischen und kommunikativen Botschaften zu emotionalen Geschichten?

Seminarinhalte:

- Die Facebook-Redaktion im Alltag
- Auf dem Weg zum perfekten Posting
- Twitter verstehen und erfolgreich nutzen
- Werkzeuge des Storytellings
- Marken emotional aufladen

Tag 4 / 9–18 Uhr**Redaktionsalltag I**

Ausführliche Einblicke hinter die Kulissen aktueller Content-Projekte von Agenturen erhalten Sie am 4. Seminartag durch Torsten Panzer: Wie funktioniert ein effizienter Redaktions-Workflow? Welche Werkzeuge helfen dabei, die Umsetzung zu planen und zu steuern und welche häufigen Stolpersteine gilt es zu vermeiden? Also echtes Praxiswissen aus dem Alltag einer Content-Marketing-Agentur!

Seminarinhalte:

- Forum, Wiki, Blog: Wer haftet für Rechtsverletzungen?
- Facebook, YouTube & Twitter: Welche Regeln haben die Plattformen?
- Social Media & Recht: Aktuelle Rechtsprechung und Verfahren
- Alles im Flow? Der Content-Prozess
- Die Content-Toolbox: Vom Redaktionsleitfaden bis zum Autorenbriefing

Tag 5 / 9–17 Uhr:**Redaktionsalltag II Evaluation**

Nach der Veröffentlichung ist der Job getan? Von wegen! Am Vormittag widmet sich Torsten Panzer der Frage, ab wann Content eigentlich erfolgreich ist und was das für die künftige Themen- und Budgetplanung für Auswirkungen haben kann. Content Review? Content-Recycling? KPI und ROI? Bis zur Mittagspause ist klar, was sich dahinter verbirgt. Anschließend erläutert Rechtsanwalt Marcus M. Hotze relevante Rechtsgrundlagen für Medienschaffende.

Seminarinhalte:

- Kreativ aber mit System: Ideefindung & Themenplan
- Content Seeding
- KPIs definieren & die Frage nach dem ROI
- Qualitative Bewertung des Contents
- Content & Copyright: Grundlagen des Urheber- und Lizenzrechts

Neues Konzept: Einzelkurs

Content Marketing für B2B & Institutionen

Mit Content zum Thought Leadership

Ort und Termine

Berlin | 25. – 26.5.2020**Düsseldorf** | 5. – 6.10.2020

Content Marketing ist längst kein Trend mehr: Fast 80 % der Marketingverantwortlichen glauben, dass Content Marketing die Zukunft ist. Aber Content Marketing verändert Methoden und Ansprache – auch im B2B. Statt glatter Werbebotschaften sind heute Information und Mehrwert gefragt, um Kund*innen für Produkte und Services zu begeistern. Und ein kleines Augenzwinkern schadet dabei nicht.

Als ganzheitliche und langwirkende Strategie ist Content Marketing ideal für B2B-Unternehmen und Institutionen mit schwer erklärbaren Produkten und Dienstleistungen. Das Seminar bietet all jenen eine solide Ausgangsbasis, die Content Marketing in ihre Kommunikation integrieren möchten. Auch Redakteur*innen und PR-Manager*innen erhalten neue Impulse für ihre tägliche Arbeit.

„Das Seminar Content Marketing vermittelt spannende Einblicke rund um das Thema und vermittelt praxisnahe Anregungen für die tägliche Arbeit. Diese zwei Tage Weiterbildung haben sich gelohnt!“

Gerd Fleischer, Messe Stuttgart

Preis 1.490 Euro*

Programm

- Grundverständnis Content Marketing: So funktioniert der Dialog im Web 2.0
- Schritt für Schritt zum Content-Marketing-Konzept
- Personas entwickeln und geeignete Kanäle auswählen
- Beliebte Content-Formate
- More than words: Es muss nicht immer ein Artikel sein
- Tipps & Tricks für die Content-Produktion
- Storytelling im Content Marketing
- Marken emotional aufladen

Methode

Intensive, praktische Gruppenübungen kombiniert mit etwas Grundlagenvermittlung, gemeinsamer Erinnerung an verschüttetes Wissen, dem Blick auf zahlreiche vorbildliche und weniger gelungene Beispiele sowie eindringlichem Erfahrungsaustausch.

Lernziel

Sie lernen, wie man Content Marketing im B2B-Unternehmen erfolgreich umsetzt, was guten Content ausmacht und was zu einer erfolgreichen Content-Marketing-Strategie gehört. Sie identifizieren, welche Formate sich anbieten, um vielseitigen Content zu produzieren und in welchen Kanälen Sie diesen verbreiten können.

Zielgruppe

Mitarbeiter*innen aus PR, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing und alle, die für die (Online-)Kommunikation eines B2B-Unternehmens oder einer Institution verantwortlich sind.

Hinweis

Für dieses Seminar benötigen Sie einen internetfähigen Laptop.

Referentin



Barbara Ward

ist Buchautorin (u. a. „Fit für Content Marketing“) und Online-Redakteurin. Die gelernte Werbekauffrau, studierte Medienwissenschaftlerin und Journalistin, lebte lange im englischsprachigen Ausland. Dort arbeitete sie bereits mit Online-Medien und den sozialen Netzwerken als Facebook noch in den Kinderschuhen steckte. Später war sie Chefin vom Dienst eines Online-Magazins. Aktuell schreibt sie für Print- wie Online-Medien und ist als Autorin für verschiedene deutsche Content-Marketing-Projekte tätig.

Einzelkurs

Storytelling im Content Marketing

Mit Geschichten Produkte verkaufen

Ort und Termine

Berlin | 2.–3.4.2020 | 9.–10.11.2020

Storytelling gilt in digitalen Zeiten als das kleine 1×1 guter Kommunikation. In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie mit emotionalen Geschichten Menschen für Ihre Themen begeistern und dadurch Ihre Produkte besser verkaufen. Sie erfahren, wie Storytelling Ihr Marketing und Ihre Kommunikation verbessert und wie man gutes von schlechtem Storytelling unterscheidet. Im Fokus des Seminars steht das Handwerkszeug für überzeugende Geschichten mit viel Raum für Praxis und Feedback.

„Ein guter Witz
bleibt stundenlang
im Gedächtnis.
Eine gute Geschichte
ein Leben lang.“

Jonathan Scholz

Programm

- Storytelling im Content Marketing: Warum ist Storytelling en vogue? Wofür dient es im Marketing? Wo sind seine Grenzen?
- Storytelling-Mechanik: Wie bauen sich Geschichten auf? Wie kann ich selber ans Geschichten schreiben rangehen?
- Geschichten beurteilen und verbessern: Übungen zur Analyse von Geschichten. Was ist gut, was könnte man besser machen?
- Geschichten schreiben: Wir schreiben selber Geschichten und analysieren und verbessern sie gemeinsam.

Methode

Vortrag, Gruppen- und Einzelarbeit, Diskussionsrunden.

Lernziel

Das Seminar befähigt Sie, interessante Inhalte zu entwickeln. Sie werden kreativer, aufmerksamkeitsstärker und effektiver kommunizieren. Das gilt für Ihre eigenen Geschichten oder die, die Sie gemeinsam mit Dienstleister*innen konzipieren und umsetzen.

Zielgruppe

Interessierte Entscheider*innen, Operative und Kreative aus Marketing und Kommunikation – insbesondere mit Interesse an Videoinhalten und Online-Fokus.

Referent



Jonathan Scholz

ist als Berater für Social Media und Content Marketing tätig. Unter anderem betreute er drei Jahre die deutschlandweit bekannte #weilwirdichlieben-Kampagne der Berliner Verkehrsbetriebe und gewann damit alle namhaften Marketing-Preise. Weitere Kunden sind und waren Zalando, Mercedes, E.ON und Lufthansa.

Preis 1.490 Euro*

Neu: Einzelkurs

Anleitung zum (Un-)Kreativsein

Von der Ratlosigkeit zu neuen Denkmodellen

Ort und Termine

Berlin | 22.6.2020 | 30.11.2020

In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie auf bessere Ideen kommen. Das Seminar zeigt die Grundlagen der (eigenen) Kreativität und vermittelt eine zentrale kreative Fähigkeit: in Varianten und auch im Gegenteil denken zu können. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung führt das Seminar in die Grundbegriffe der Lean-Startup-Kultur, des Design Thinking und der Orientierung in Zeiten ohne Masterplan ein. Nicht schon vorher zu wissen, was richtig ist, offen zu sein für Veränderungen und fähig, ständig zu lernen, sind wichtige Kriterien um im digitalen Wandel bestehen zu können.

„Ein Tag zum Nachdenken und sich öffnen sowie zum Lernen für neue Vorgehensweisen und positive Haltungen für den digitalen Wandel!“

Catarina Cardoso, Hugo Boss AG

Programm

- Unkreativsein als Haltung zum Leben
- Gruppen als Kreativitätsbremsen nutzen
- Mit Strukturen Kreativität unterdrücken
- Zerreden: Was tun, wenn neue Ideen nicht mehr zu verhindern sind?
- Um neue Ideen loszuwerden, sollte man sie täglich aufschreiben: Das Ideentagebuch

Methode

Impulsvortrag, Erarbeitung der relevantesten Kreativitätstechniken und deren Gegenteil in Gruppen- und Einzelarbeit, praktische Übungen und Take-Aways, die helfen den eigenen Alltag kreativer und inspirierter zu gestalten.

Lernziel

Erwerben Sie das Rüstzeug um mit dem ständigen Wandel, der durch die Digitalisierung ausgelöst wurde, umzugehen. Lernen Sie die Grundbegriffe gegenwärtiger Entwicklungs- und Denkmethode wie Scrum oder Design Thinking kennen und üben Sie, im Gegenteil zu denken.

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte, Team- und Projektleiter*innen und alle, die im beruflichen oder privaten Kontext kreativer sein wollen oder müssen.

Referent



Dirk von Gehlen

ist Journalist und Autor, der bei der Süddeutschen Zeitung die Abteilung „Social Media/Innovation“ leitet. Die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung schrieb über ihn: „Kaum einer widmet sich der Digitalkultur so reflektiert wie Dirk von Gehlen.“ In ZDFInfo ist er aktuell als Webkultur-Experte in der Sendung „15 Minutes of Fame“ zu sehen. Er hat mehrere Bücher zum digitalen Wandel verfasst (u.a. „Mashup“ bei Suhrkamp).

Preis 890 Euro*

Einzelkurs

Visual Content – Kreative Bildgestaltung im Social Web

Mit Grafiken, Memes und Fotos zu mehr Likes und Interaktionen

Ort und Termine

Berlin | 12.3.2020

Düsseldorf | 9.11.2020

Ob Facebook, Twitter oder Instagram – ohne eindruckstarke Visuals können Unternehmen in Social Media kaum noch punkten. Bilder und Grafiken geben den Ton an und bringen Shares, Likes und Kommentare. Aber guter Bild-Content ist weit mehr als „noch schnell ein Foto hochzuladen“. Jedes Netzwerk hat nicht nur besondere Ansprüche an Inhalte und Botschaften, sondern auch eigene Bildgrößen und Dateiformate. Das Seminar gibt Ihnen alles an die Hand, was Sie für wirkungsvolle Social Media Visuals brauchen: Wir widmen uns der technischen Seite, ebenso wie der redaktionellen. Sie lernen nicht nur gute Quellen für Bilder kennen, sondern auch hilfreiche Tools und beliebte Content-Formate, mit denen Sie Fans und Follower begeistern.

„Ich habe viele Tipps und hilfreiche Tools für meine tägliche Arbeit erhalten.“

Iris Göckeler, AOK Nordwest

Programm

- Best Practice: Marken mit erfolgreichem Visual Content
- Educate or Entertain? Konzeption von Visual Content
- Memes, Gifs & Co.: Bild-Formate für Social Media
- Bilddatenbanken gezielt nutzen
- Tipps & Tools für die tägliche Arbeit mit Visual Content
- Visual Content auf Facebook optimal einsetzen

Methode

Grundlagenvermittlung, Praxisbeispiele, Kreativaufgaben und Gruppenübungen.

Lernziel

Im Anschluss an das Seminar wissen Sie, wie und wo Sie Bildmaterial finden und können kreative Social Media Visuals planen und umsetzen. Sie bearbeiten Bilder mit Hilfe webbasierter Tools und Smartphone Apps und bereiten diese für Ihre Social-Media-Kanäle technisch optimal auf.

Zielgruppe

Mitarbeiter*innen in der Unternehmenskommunikation, Marketing, Presse- und PR-Stäben sowie Online-Redakteur*innen und Social-Media-Verantwortliche.

Hinweis

Für dieses Seminar benötigen Sie einen internetfähigen Laptop und optimalerweise ein Smartphone (Android oder iOS).

Referentin



Barbara Ward

ist Buchautorin (u. a. „Fit für Content Marketing“) und Online-Redakteurin. Die gelernte Werbekauffrau, studierte Medienwissenschaftlerin und Journalistin, lebte lange im englischsprachigen Ausland. Dort arbeitete sie bereits mit Online-Medien und den sozialen Netzwerken als Facebook noch in den Kinderschuhen steckte. Später war sie Chefin vom Dienst eines Online-Magazins. Aktuell schreibt sie für Print- wie Online-Medien und ist als Autorin für verschiedene deutsche Content-Marketing-Projekte tätig.

Social Media Marketing

Instagram funktioniert nicht wie Twitter. Youtube wirkt anders als Facebook. Snapchat bleibt spannend, Tiktok ist stark im Kommen. Wie Sie professionell auf der Klaviatur der Plattformen, Netzwerke und Formate spielen, welche Unterschiede es gibt, welche Ziele realistisch sind und wo sie Ihre Zielgruppen wirklich erreichen – unsere Seminare zeigen es Ihnen.



Einzelkurs (ENGLISH)

International Social Media Marketing

Breaking into new markets and growing fan bases beyond German borders

Place and Dates

Berlin | 9.–10.3.2020 | 19.–20.11.2020

You have probably heard “we need to expand internationally”, “we need more fans from xyz country” and other similar statements or requests. This seminar will give you the tools to assess these requests, assess international potential and plan for success in international Social Media. We will cover strategic planning, translations, budgets, and goals for multi-national and multi-lingual content on Social Media. What channels are used where? China, Russia, USA, Rwanda – where is your audience? We will dive into popular Social Media channels across the world and look at some different approaches. We will review the importance of staying abreast of what is happening internationally while you are planning or posting your content... is it a public holiday; is there a crisis; is there a topic on Social Media that’s viral right now; is the kind of content you’re posting even permitted or relevant, and other international considerations.

“If you’re asking yourself, ‘Is simply translating content enough to successfully expand internationally?’, then this seminar is for you.”

Lillian Haase

Programme

- What channels are used where: we will review the major Social Media Channels around the world
- Strategic International Marketing: create an International Social Media strategy to guide you
- Scoping International Social Media work: how much time and money does it take to expand internationally?
- Aligning your work with your company goals: we will take a look at several scenarios outlining types of internationalization approaches
- Measuring Success: how to compare local results to international results fairly and accurately
- Do it Yourself, or Outsource: the same content doesn’t always fit different markets

Method

Theory and Real Cases, Group Work, Practical Application of Theory.

Benefit

Via a mix of case studies, hands-on practical work, and theory you will become well equipped with the information and tools you need to successfully and confidently expand internationally via Social Media. This seminar can help you develop the skills to refine ideas into a practical approach.

Audience

Digital Marketing Managers, Digital Planners, Social Media Managers, Community Managers, Communication Professionals, Content Marketers.

Trainer



Lillian Haase

has been working as a Digital Marketer since 2008. She started out as an affiliate marketer then moved on to become a consultant when business owners discovered she could help them ‘get found on the internet.’ She progressed to become an Account Manager in two Digital Marketing agencies followed by working as Team Lead in an international PR agency. Presently she works for Webtrekk as the Senior Digital Marketing Manager. Her key strengths lie in Reporting, Analytics, SEO, PPC, Relationship Management, Campaign Planning, and training Digital Marketers.

Price 1.490 Euro*

Einzelkurs

Social Media Marketing

Strategie, Tools und Trends für die Praxis

Ort und Termine

Berlin | 16.–17.6.2020 | 27.–28.10.2020

Frankfurt a.M. | 19.–20.3.2020

Dieses Seminar gibt einen praxisorientierten Einblick in das Thema Social Media. Über die bestehenden Social-Media-Plattformen, deren Vernetzung miteinander, aber auch die Integration in die übergeordnete Marketingstrategie. Darüber hinaus werden Ihnen die Möglichkeiten aufgezeigt, die Social Media als Media- und Aktivierungskanal bietet und Sie erhalten einen Einblick in die neuesten Technologien und Trends. Die Zielsetzung ist, dass Sie nach diesem Seminar nicht nur umfassende Einblicke in die Theorie bekommen, sondern vielmehr diese auch anwenden können, so steht auch die Planung und Entwicklung einer Social-Media-Kampagne auf dem Programm.

„Das Seminar ist sehr interessant und informativ mit einem Experten im Social Media Marketing als kompetenten Referenten.“

Sandra Backhaus, follow red

Programm

- Grundlagen: Social-Media-Kanäle
- Die Rolle von Bewegtbild in Social Media
- Die Rolle des Community Managements
- Rechtliche Anforderungen
- Wie nutze ich Social Media als Mediakanal zur Aktivierung von Brand Awareness und Brand Engagement?
- Monitoring, Krisenkommunikation und Influencer Management
- Social Media im Unternehmen

Methode

Umsetzung aller Themenbereiche in konkrete und praktische Konzepte. Die Cases werden analysiert und mit wertvollen Tipps für den Transfer in die eigene Organisation bereichert.

Lernziel

In diesem Seminar erhalten Sie praxisorientiertes Know-how, um Social Media erfolgreich in Ihre Marketingstrategie zu integrieren.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Marketingentscheider*innen und -manager*innen, die intensiv in das Thema Social Media eintauchen möchten.

Hinweis

Für dieses Seminar benötigen Sie einen internetfähigen Laptop.

Referent



Torsten Panzer

ist Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg, Beirat der Social Media Week und als Kommunikationsberater und Dozent tätig. Der gelernte PR-Experte hat große Marken und Konzerne wie Coca-Cola, P&G, Tchibo und Unilever betreut. Er war Co-Founder der internationalen Word-of-Mouth Agentur Buzzer, Geschäftsführer der Social Media Akademie und Director Social Media bei der renommierten Agentur thjnk.

Preis 1.490 Euro*

Einzelkurs

Social Media Marketing für Fortgeschrittene

Der Battle im Newsfeed um Aufmerksamkeit – wie kann man Botschaften gestalten, damit sie ankommen?

Ort und Termine

Berlin | 27.4.2020 | 3.12.2020

Die Aufmerksamkeitsspanne in den Zeiten von Social Media ist kurz. Konsumiert werden Inhalte hauptsächlich auf dem Smartphone, unterwegs oder zwischendurch. In diesem Seminar lernen Sie, dass Menschen Content wesentlich schneller und anders entdecken als noch vor einigen Jahren. Vor allem erarbeiten wir, wie Sie Ihre Inhalte gestalten müssen, damit diese überhaupt wahrgenommen werden. Insbesondere auf Facebook, Twitter und Co. konkurrieren professionelle Inhalte mit Content von Freunden, Familienmitgliedern und Kim Kardashian miteinander. Wer als Kommunikationsprofi hier in konventionellen Spannungsbögen denkt, hat schon verloren.

„Eine tolle Erfahrung!
Durch die vielen anschau-
lichen Beispiele und die
individuelle Betreuung,
ist eine Übertragung des
Gelernten in den Alltag
ohne große Schwierigkei-
ten möglich. Einfach gut!“

Mareike Droste, Landal GreenParks

Programm

- Die mobile Revolution: das Smartphone als persönlichstes Gerät aller Zeiten
- Wie und was konsumieren Menschen auf dem Smartphone?
- Wie muss Content erstellt werden, damit er gesehen wird?
- Neues Medium, neue Regeln: die Bedeutung von Bewegtbild im Smartphone-Zeitalter
- Messaging, Live-Videos, Virtual Reality: Trends in der Kommunikation
- Wie messe ich Erfolg?

Methode

Impulsvortrag, Gruppenarbeit, Case Studies.

Lernziel

Nach diesem Seminar wissen Sie, wie man Inhalte für den Newsfeed erstellt. Mit den Kenntnissen zum Userverhalten wollen Sie Geschichten anders als vorher erzählen.

Zielgruppe

Professionelle Anwender*innen im Bereich von Marketing und PR.

Referent



Alexander Lengen

ist Business Marketing Manager Content & Digital, Central Europe bei Facebook. Vorherige Stationen: Adam Opel AG, PayPal, eBay, Burton Snowboards.

Preis 890 Euro*

Sales Management

Die richtige Kundenansprache. Der richtige Preis. Die richtige Verhandlungstaktik. Der richtige Weg zum*zur loyalen Kund*in. Vertrieb ist alles andere als trivial: Hier trifft handwerkliches Können auf psychologisches Talent. Die Digitalisierung bietet neue Chancen, aber auch neue Herausforderungen. Mit unseren Seminaren sind Sie bestens gerüstet, diese zu meistern.



Einzelkurs

Modernes Vergütungssystem im Verkauf

Warum klassische Vertriebsvergütung versagt und weshalb ein modernes Vergütungssystem zu mehr Erfolg führt

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 27.3.2020 | 26.10.2020

Herkömmliche Vergütungssysteme im Vertrieb haben erfahrungsgemäß wenig Einfluss auf die Motivation und Leistung der Mitarbeiter*innen im Außen- und Innendienst. Das liegt daran, dass diese Systeme meist langweilig sind und sich Mehrleistung zu wenig lohnt. Oft wird nur ein Leistungskriterium vergütet (z. B. Umsatz oder Deckungsbeitrag), strategische Ziele werden vernachlässigt: Damit steuert die Vergütung zu wenig. Die variablen Einkommensanteile sind oft zu hoch und aus arbeitsrechtlicher Sicht problematisch. Das Einkommen der Mitarbeiter*innen ergibt sich meist nicht aus deren Leistung, sondern aufgrund von Zufälligkeiten (z. B. Kundenpotenziale). Die Systeme sind in aller Regel auf eine Mitarbeitergruppe reduziert (z. B. Außendienst) und vernachlässigen die Einbeziehung der Mitarbeiter*innen, die Einfluss auf die Vertriebsleistung nehmen: Es fehlt die Teamorientierung der Systeme. Hier empfiehlt sich ein klarer und konsequenter Schnitt. Moderne Vertriebsvergütung geht von einem Ansatz aus, der diese Probleme auflöst.

„Das Seminar zeigt praxisnah und mit zahlreichen Fallbeispielen, wie moderne Vergütung im Vertrieb funktioniert.“

Dr. Heinz-Peter Kieser

Programm

- Leistungsorientierte Vergütung als Führungs- und Steuerungsfaktor
- Die 7 Todsünden der klassischen Vertriebsvergütung
- Der richtige variable Einkommensanteil
- Die Vergütung von Erträgen und Kosten
- Vergütung mehrerer Leistungskriterien
- Spannende Vergütung über Zielprämien anstelle von Provisionen
- Teamorientierte Vergütungsansätze
- Was bei der Umstellung auf ein neues Vergütungssystem zu beachten ist

Methode

Einführung in die moderne Vertriebsvergütung, Diskussion aktueller Trends, Vergütungsbeispiele, Ausblick auf zukünftige Entwicklungen.

Lernziel

Sie erhalten Know-how über moderne Vergütungssysteme, mit Hilfe derer man die Umsatzrendite spürbar steigert. Sie erfahren, wie moderne Vergütung als Führungs- und Steuerungsinstrument im Vertrieb wirkt. Sie lernen, wie eine leistungsgerechte Vergütung funktioniert und wie eine spannende Vergütung zu Mehrleistung anreizt.

Zielgruppe

Unternehmer*innen, Geschäftsführer*innen, Vertriebsleiter*innen, Verkaufsleiter*innen und Marketingleiter*innen, Führungskräfte aus dem Rechnungswesen und dem Controlling.

Referent



Dr. Heinz-Peter Kieser

war 17 Jahre als Vertriebs- und Marketing-Geschäftsführer in der mittelständischen Industrie tätig und ist heute Inhaber der 1970 gegründeten Vergütungsberatung Dr. Finkenrath, Dr. Kieser + Partner. Schwerpunkt der Beratungstätigkeit von Heinz-Peter Kieser ist die Entwicklung leistungsorientierter Vergütungskonzepte für Unternehmen verschiedenster Branchen. Über 500 Unternehmen wurden durch das Beratungshaus umgestellt. Heinz-Peter Kieser ist Autor des Buchs „Moderne Vergütung im Verkauf“.

Preis 990 Euro*

Einzelkurs

Pricing ist Managementaufgabe

Professionelles Preismanagement effektiv einsetzen

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 2.3.2020 | 16.11.2020

Die Auswirkungen eines professionellen Preismanagements werden heute immer noch unterschätzt. Vielfach fehlt ein vom Management vorgegebener Standard für Preispolitik, ein im Unternehmen transparenter Prozess der Preisbildung, Verantwortlichkeiten für Preismanagement, ein markenorientiertes Anreizsystem für Mitarbeiter*innen zur Preisdurchsetzung und ein effektives Preiscontrolling. Unser Seminar gibt Ihnen einen an der bewährten Praxis orientierten Leitfaden an die Hand, wie Sie über den Preis Ihr Ergebnis sichern und steigern können.

„Sehr praxisorientiertes Seminar; definitiv zu empfehlen für vertriebsinteressierte Führungskräfte. Bravo und Danke!“

Thomas Fuest, MIP Europe

Programm

- Welche Instrumente der Preispolitik sich in der Praxis bewährt haben
- Wie Sie den optimalen Preis für Produkte und Dienstleistungen finden
- Wie Sie den Prozess der Preisfindung in Ihrem Unternehmen gestalten
- Wie ein Anreizsystem zur Preis- und Rabattoptimierung funktioniert
- Wie Sie in der Verhandlung Ihren Preis durchsetzen

Methode

Kurze Lehrvorträge, Übungen für die optimale Preisfindung, Feedback und Tipps durch den Referenten.

Lernziel

Ihnen wird das Handwerkszeug einer optimalen Preispolitik vermittelt und eine Anleitung an die Hand gegeben, wie Sie Preise in schwierigen Situationen durchsetzen.

Zielgruppe

Vorstände, Geschäftsführer*innen, COO, CSO, CMO, Vertriebsleiter*innen sowie Führungskräfte und Expert*innen, die im Unternehmen mit Pricing-Fragen konfrontiert sind.

Referent



Prof. Dr. Nikolas Beutin

verantwortet als Professor an der Quadriga Hochschule Berlin die inhaltliche Ausgestaltung des MBA-Studienganges „Leadership & Sales Management“. Nikolas Beutin leitet die „Customer“ Practice der Pricewaterhouse Coopers AG WPG (PwC) in Deutschland und berät Unternehmen in Unternehmens- und Geschäftsbereichs-Wachstumsstrategien, Vertrieb, Pricing, Marketing, SCM, Innovationsmanagement und Marktforschung.

Preis 990 Euro*

New: Einzelkurs (ENGLISH)

Profit Improvement through Pricing Excellence

Increasing EBIT through international pricing optimization

Place and Dates

**Frankfurt a.M. | 9.12.2019 | 23.3.2020
7.12.2020**

Pricing has the strongest impact on profitability compared to all other profit levers. Still, only a minority of companies manages prices in a systematic and professional way. Increasing price transparency, digitalization of revenue models and the professionalization of buyers is boosting the pressure on prices. There is a clear need to have professional price management in place. Professional price management requires clear pricing and discounting rules, established pricing processes, pricing responsibilities, margin-driven incentive systems and an efficient price controlling mechanism.

“Optimized pricing leads on average to 2 - 8 % Return on Sales increase based on the companies pricing maturity.”

Prof. Dr. Nikolas Beutin and Danilo Zatta

Programme

- Which profit levers exist and why pricing has the strongest impact
- What are the key elements of professional pricing
- What works and what does not work in practice
- Key elements of an international price strategy
- Key elements of price setting for products and services
- Key elements of price realization including discounting
- How to enable a price organization
- How to impose prices in negotiations

Method

Case studies, best and worst practices, deep dives, exercises and feedback as well as tips provided by the speakers.

Benefit

You understand how to succeed managing prices in challenging environments. You will get a complete overview on how to optimize pricing on an international level in order to create sustainable value for your organization.

Audience

CEOs, Board Members, General Managers, COO, CSO, CMO, Sales Directors as well as managers and experts who are confronted with pricing questions and need to find approaches to increase their company's profitability through a long-term sustainable pricing strategy.

Trainers



Danilo Zatta

is an expert in pricing, sales and topline excellence at PwC with focus on Profitability and Pricing on an international basis. He has over 20 years of consulting experience in pricing and topline transformations. He is author of several books like „Revenue Management in Manufacturing“ and hundreds of articles. Danilo Zatta is a regular keynote speaker and chairman at international pricing conferences.



Prof. Dr. Nikolas Beutin

is Professor for business economics with a focus on sales and pricing at Quadriga University of Applied Sciences Berlin. He manages the “customer” practice at Pricewaterhouse Cooper's (PwC) German location and advises companies in corporate and business growth strategies, sales, pricing, marketing, SCM, innovation management and market research.

Price 990 Euro*

* Alle Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer.

Einzelkurs

Preisverhandlungen mit dem Einkauf gewinnen

Professionell verhandeln mit Strategie und System

Ort und Termine

Düsseldorf | 29.–30.10.2020

Frankfurt a.M. | 26.–27.3.2020

Sie haben den Eindruck, der Einkauf zieht Sie bei Verhandlungen über den Tisch? Der Einkauf scheint immer machtvoller, immer professioneller zu werden? Geht es um Top Deals wird die Verhandlung nicht nur komplex, sondern auch fast immer zweistufig geführt. Das bedeutet: Sie müssen auf allen Gebieten spitzenklasse sein. Damit Sie wissen, wie Ihr Gegenüber in Verhandlungen tickt und sich somit besser auf diese entscheidende Begegnung vorbereiten können, arbeiten wir in diesem Seminar mit einem Einkäufer als Sparringspartner. Danach werden Sie in Zukunft sicherer und professioneller Ihren Verhandlungspartner*innen gegenüberreten und erfolgreicher verhandeln.

„Die Referenten haben es geschafft Seminarinhalte so zu vermitteln, dass man diese sofort in der Praxis umsetzen kann. Verhandlungen sind für mich seitdem nicht mehr unangenehm.“

Jan Beckmann, Dräger Safety

Programm

- Die Prinzipien und Phasen einer erfolgreichen Preisverhandlung für Ihren Gewinn nutzen
- Die Besonderheiten des Einkäufer*innersystems besser verstehen
- Die systematische Sichtweise auf die Arbeit der Einkäufer*innen verbessern
- Systematische und strategische Verhandlungsvorbereitung
- Den Denkweisen, Taktiken und Strategien der Einkäufer*innen souveräner begegnen
- Die eigenen Verhandlungsstrategien optimieren
- Die eigenen Preise besser durchsetzen, Preissenkungen erfolgreicher abwehren

Methode

Kurze Lehrvorträge, Übungen, Rollenspiele, eigene Praxisfälle. Durch den Wechsel von Trainerinput, eigenem Erleben und Reflektion wird der Lerntransfer in die Praxis unterstützt.

Lernziel

Sie erzielen garantiert bessere Verhandlungsergebnisse. Die Verkaufsperspektive wird um die Einkaufsperspektive erweitert und die eigene Verhandlungsführung und jene des Verhandlungsgegenübers wird bewusst und erfahrbar.

Zielgruppe

Verkäufer*innen, Key-Account-Manager*innen, Nachwuchsführungskräfte im Verkauf und Vertrieb sowie alle Mitarbeiter*innen im Vertrieb mit Verhandlungsaufgaben.

Referenten



Heiko van Eckert

hat viele Jahre selbst im B2B-Vertrieb erfolgreich verhandelt und Big Deals gewonnen. Mit seiner Firma Heiko van Eckert – Top Deal Consulting begleitet er komplexe Verhandlungsprozesse von der Vorbereitung bis in die Verhandlung selbst.



Klaus Pause

blickt auf über 35 Jahre voller Verhandlungen zurück, 20 Jahre auf Vertriebsseite und 16 Jahre auf Einkaufsseite. Ob als Prokurist Vertrieb und Marketing in der Sportartikelindustrie oder als stv. Einkaufsleiter Indirect Procurement bei adidas, er kennt Produkt- und Dienstleistungsthemen sowohl aus der Management Sicht als auch aus der Perspektive der kleinen und großen Deals.

Preis 1.490 Euro*

New: Einzelkurs (ENGLISH)

Winning Negotiations with Procurement

Professional Negotiation with Strategy and System

Place and Dates

Frankfurt a.M. | 29.–30.10.2020

You have the impression that procurement rips you off during negotiations? It seems that procurement steadily increases its power and professionalism? Its therefore getting harder for sales people to win the order with an appropriate margin during negotiations. Top Deals negotiations are increasingly complex, but they are also mostly carried out in a two-stage buying process. While you are selling to the technical specialist, you have to negotiate with procurement. Thus, you are sitting in front of a strong team, of which each is a master of his*her special field. This means: You must be top class in sales and negotiation. In order to let you know how your negotiation counterpart thinks, and therefore better prepare yourself for this important meeting, we are working with a professional purchaser as a sparring partner during this seminar. Closing a deal with a foreign customer, negotiating together with colleagues from other countries, different cultures and habits during negotiations can be special challenges. To improve collaboration and to negotiate better results the knowledge of the main cultural dimension is mandatory. In the future you will then face your negotiation counterpart with more self-confidence and therefore more professional to negotiate successfully.

“I loved the training.
It pushed me to try harder
in negotiations with my
international customers.”

Faiz A., Head of Sales, Doha, Qatar

Price 1.490 Euro*

Programme

- 13 principles, how to lead asymmetrical negotiations on an equal eye level
- Using the phases of a successful negotiation for your personal gain
- Better understanding of the specialties of a procurement organization
- Better seeing through the purchaser’s way of working
- Checklist: Systematic and strategic preparation of negotiations
- Confident facing of purchaser’s tactics, strategies and way of thinking
- Playing perfect with different roles during negotiation
- Negotiate successfully with different cultures across borders using the main cultural dimensions

Method

Short lectures, exercises, simulations, real-life cases. The transfer of learning into practice will be supported by alternating between trainers input, your own experience and review.

Benefit

You achieve better negotiation results, guaranteed. The seller’s perspective will be expanded with the purchaser’s perspective.

Audience

Sales manager, key account managers, junior managers within sales and distribution as well as all employees in sales covering negotiating roles.

Trainers



Heiko van Eckert

has successfully negotiated B2B sales for many years and closed big deals. With his company Heiko van Eckert GmbH – Top Deal Consulting he accompanies complex negotiation processes from the preparation to the negotiation itself.



Klaus Pause

looks back on over 35 years full of negotiations, 20 years on the sales side and 16 years on the purchasing side. Whether as an authorized sales and marketing representative in the sporting goods industry or as a deputy purchasing manager for Indirect Procurement at adidas, he knows product and service issues both from the management perspective and from the perspective of small and large deals.

Neu: Einzelkurs

Erfolgreich mit After Sales Services

Service-Wachstumsstrategie und Optimierung

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 25.5.2020 | 26.10.2020

Sie bekommen einen Überblick, wie man das After-Sales-Service-Geschäft strukturiert und ausbauen kann. Dabei werden von Ersatzteilen bis zu Trainings alle einzelnen After Sales Services besprochen und echte Best-Practice-Beispiele gezeigt. Sie profitieren zudem vom Austausch untereinander und praktischen Übungen. Am Ende des Tages gehen Sie mit einem eigenen, individuellen Maßnahmenplan aus dem Seminar.

„After Sales Service ist in vielen Unternehmen mit Umsatzanteilen von 30 – 70 % ein wesentlicher Ertragsfaktor, aber auch eine enorme Herausforderung.“

Prof. Dr. Nikolas Beutin

Programm

- After Sales Service im Gesamtkonzept
- Serviceportfolio: Ersatzteile, Reparaturen, Kundendienst, Serviceverträge, Consulting, Training
- Stärken, Schwächen, Potenziale und Benchmarks
- Erfolgsfaktoren im Servicegeschäft
- Umsetzung in der Organisation, notwendige Instrumente und Prozesse; Bedeutung des internen Marketings
- Erfolgskontrolle und Korrekturmaßnahmen

Methode

Vortrag, Videos, Case Studies, Fallbeispiele.

Lernziel

Sie werden selbstsicherer im Auftritt sein und erfolgreich Präsentationen und Verkaufsgespräche führen können. Durch verbesserte Kommunikationsfähigkeiten und einen bewussteren Auftritt werden Sie überzeugender.

Zielgruppe

Vorrangig Serviceleiter*innen, Kundendienstleiter*innen, Geschäftsführer*innen, Vorstand, Chief Security Officer (CSO)/Chief Marketing Officer (CMO) von produzierenden Unternehmen aus bspw. Automotive, Maschinen- & Anlagenbau, Elektronik, Baustoffe, Chemie etc.

Referent



Prof. Dr. Nikolas Beutin verantwortet als Professor an der Quadriga Hochschule Berlin die inhaltliche Ausgestaltung des MBA-Studienganges „Leadership & Sales Management“. Nikolas Beutin leitet die „Customer“ Practice der Pricewaterhouse Coopers AG WPG (PwC) in Deutschland und berät Unternehmen in Unternehmens- und Geschäftsbereichs-Wachstumsstrategien, Vertrieb, Pricing, Marketing, SCM, Innovationsmanagement und Marktforschung.

Preis 990 Euro*

Einzelkurs

Customer Service Excellence

So können Sie sich durch einzigartigen Service von Ihren Wettbewerbern differenzieren

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 18.5.2020 | 16.11.2020

In diesem Tagesseminar erfahren Sie, wie Sie Ihre Servicestrategie auf den Prüfstand stellen und neu justieren und wie Sie Ihre gesamte Organisation auf die in Teilen veränderten Bedürfnisse Ihrer Kund*innen ausrichten. Anhand praktischer Fälle aus der umfangreichen Erfahrung des Referenten mit größeren und kleineren Unternehmen lernen Sie, wie Sie die wesentlichen Erfolgsfaktoren für einen exzellenten Kundenservice beeinflussen können und Ihre Produktstrategie um Servicekomponenten ergänzen. Das Seminar gibt Ihnen einen Fahrplan mit nach Hause, wie Sie ihren kanalübergreifenden Service ausrichten können, um sich erfolgreich gegenüber Ihren Wettbewerber*innen zu positionieren.

„Mit einem innovativen Servicekonzept und der Leidenschaft Ihrer Mitarbeiter schaffen Sie den entscheidenden Wettbewerbsfaktor im Markt!“

Mathias Riveiro

Programm

- Service als strategischer Differenzierer im Wettbewerb: Welche Serviceerwartungen besitzen die Kund*innen von heute und welche Möglichkeiten bieten Unternehmen bei der Entwicklung von Servicestrategien?
- Konsequente Leitungsorientierung im Service: Wie kann der aktuelle „Servicezustand“ eines Unternehmens gemessen werden und wie gelingt die konsequente Ausrichtung an die Kund*innen und ihre Serviceanforderungen?
- Der Faktor Mensch – Entscheidend für den Serviceerfolg: Humankapital als Erfolgsfaktor
- Kundenservice profitabel und wertorientiert ausrichten
- Service der Zukunft – Wie kann die Automatisierung von Serviceprozessen im Zeitalter der Digitalisierung erfolgen?

Methode

Vortrag mit Gruppenarbeit / Case Study, Diskussion und Reflexion in der Gruppe, um voneinander zu lernen.

Lernziel

Einblicke in Best Practices erfolgreicher Unternehmen sowie Erhalt in die Tool- und Methodensets, welche im Rahmen von vielfältigen Serviceprojekten erfolgreich zum Einsatz kamen.

Zielgruppe

Führungskräfte (Bereichsleitung, Abteilungsleitung) mit Verantwortung für Customer Service oder verwandten Themen im Kontext Customer Experience.

Referent



Mathias Riveiro

ist Partner bei PwC für den Bereich Customer Management mit dem Fokus auf Kundenservicestrategien und deren Umsetzung. Zuvor war er Partner in renommierten Beratungsgesellschaften wie Arthur D. Little und Lufthansa Consulting mit den Schwerpunkten Servicestrategien, ServiceExcellence-Programme, Aufbau und Optimierung von Kundenserviceeinheiten und Contact-Center-Optimierung.

Preis 990 Euro*

Einzelkurs

Digitalisierung als Chance für mehr Kundenloyalität im B2B-Vertrieb

Wie verändern sich die Aufgaben im Vertrieb?

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 6.3.2020 | 23.10.2020

Ein anspruchsvoller Wettbewerb, volatile Märkte und sich ändernde Kundenbedürfnisse sind aktuelle Herausforderungen im Vertrieb. Kann ich mit klassischen Vertriebsmethoden noch signifikant wachsen? Zusätzlich verändern digitale Technologien den Vertrieb rasant und bieten dabei ein enormes Potenzial für mehr Kundenloyalität. Aber nicht die Technologie selbst verspricht Erfolg, es liegt vielmehr an der konsequenten Umsetzung. Doch wie nutze ich die „Digitalisierung im B2B-Vertrieb“ für ein nachhaltiges Kundenerlebnis? Wie übertrage ich das Thema in meine Vertriebsprozesse? Wie setze ich diese Veränderung in einem Unternehmen um? Was ist notwendig um die Mitarbeiter*innen im Vertrieb mitzunehmen? In diesem Seminar lernen Sie die Chancen der Digitalisierung im B2B-Bereich kennen. Dabei wird das Thema immer in den Gesamtkontext der vertrieblichen Aktivitäten gesetzt. Außerdem lernen Sie anhand von Beispielen aus der Baubranche zukunftsorientierte Vertriebspraktiken kennen. Ein wesentlicher Teil des Seminars beschäftigt sich mit dem Thema Mitarbeiterführung und Change-Management in Bezug auf die Veränderungen im Vertriebsalltag.

„Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.“

Matthias Kaulisch-Schneeweiß

Programm

- In welchen Bereichen lassen sich welche zukunftsorientierten Vertriebspraktiken anwenden?
- Digitalisierung der Vertriebsprozesse aus Kundensicht
- Wie werden Preisstrategie und Multi-Kanal-Ansatz beeinflusst?
- Auswirkung neuer Technologien aus Sicht der Mitarbeiter*innen im Vertrieb
- Umsetzung aus Sicht der Vertriebsleitung sowie die notwendige Veränderung um den Changeprozess zu begleiten
- Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung über den Vertrieb hinaus?

Methode

Darstellung von verschiedenen Vertriebspraktiken sowie Erarbeitung von Herausforderungen in der vertrieblichen Umsetzung und Ableitung von Maßnahmen anhand von Beispielen aus der Praxis.

Lernziel

Dieses Seminar gibt Ihnen einen Überblick darüber, was heute schon umgesetzt wird und gibt Ihnen Denkanstöße für weitere Chancen durch die Nutzung von digitalen Technologien. Ein wichtiges Anliegen ist es, auch auf die Veränderungen im Alltag von Vertriebler*innen einzugehen und den Wandel mit den Mitarbeiter*innen gemeinsam zu gestalten.

Zielgruppe

Vertriebsmitarbeiter*innen, Führungskräfte im Vertrieb, und alle, die sich in der Praxis mit der Umsetzung von digitalen Themen beschäftigen.

Referent



Matthias Kaulisch-Schneeweiß

ist Verkaufsleiter bei der Hilti Deutschland AG in der Region Nordost und hier seit über 10 Jahren in der Baubranche tätig. Die nachhaltige Entwicklung von loyalen Kund*innen ist dabei im Fokus. Zusätzlich setzt Matthias Kaulisch-Schneeweiß die digitale Transformation der Vertriebsprozesse um. Zuvor war er mehrere Jahre im Produktmanagement in Zentraleuropa im Bereich Installationstechnik für die Weiterentwicklung der Produkte und Services zuständig.

Preis 990 Euro*

Einzelkurs

Key Accounts in 5 Schritten profitabel managen

Gemeinsam im Team die Key Accounts knacken

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 20.3.2020 | 23.11.2020

Branchenübergreifend stehen immer mehr Unternehmens-Lenkende vor der immensen Herausforderung, die Profitabilität ihrer Großkund*innen auf eine ganz neue Ebene zu heben – Wie geht das?

1. Ganz neue FÄHIGKEITEN für Key-Account-Manager*innen werden dringend benötigt.
2. Ausgewählte Mitarbeiter*innen werden gezielt EMPOWER, auch um die Geschäftsführung substanziell zu entlasten.
3. Der KAM-TEAM DRIVE wird kundenzentriert auf das Niveau der Champions League katapultiert.
4. Der 7P-VERTRIEBS- & MARKETING-MIX wird von den Key-Account-Manager*innen optimal abgestimmt zu den Kund*innen hin ORCHESTRIERT, damit diese ein nachhaltig gutes Gefühl in der ‚gemeinsam‘ Mehrwert-generierenden Geschäftsbeziehung haben und damit idealerweise auch zu proaktiven Weiterempfehlen*innen werden.
5. ‚Vermeintlich‘ gegenläufige Ziele werden top-down & bottom-up optimal ausbalanciert. Dann, und nur dann, fällt plötzlich ein Lichtstrahl ins tägliche Chaos: alles wird im Key-Account-Team spielerisch einfach und die Profitabilität erblüht – ‚Inspirationen JENSEITS des dualen Denkens‘.

„Empfehlenswertes Seminar für alle, die die Potenziale in Ihrem Vertrieb nicht mehr länger schlummern lassen wollen.“

Hubert Andrejewski, Alutronic Kühlkörper

Preis 990 Euro*

Programm

Nach diesem Seminar wissen Sie:

- welche FÄHIGKEITEN Sie in Ihrem Key-Account-Management benötigen
- wie Sie ausgewählten Mitarbeiter*innen gezielt mehr Entscheidungsfreiheit im KAM geben und damit auch Ihre Geschäftsführung entlasten
- wie Sie den KAM-Team Drive kundenzentriert spielerisch steigern
- wie Sie den 7P-VERTRIEBS- & MARKETING-MIX von den Key-Account-Manager*innen aus multifunktional abgestimmt zu den Kund*innen hin ORCHESTRIEREN, damit diese zu proaktiven Weiterempfehlen*innen werden
- wie Sie ‚vermeintlich‘ gegenläufige Ziele top-down & bottom-up optimal ausbalancieren und damit sowohl die Zufriedenheit in Ihrem KAM-Team, die Zufriedenheit Ihrer Kund*innen und auch die KA-Profitabilität nachhaltig auf eine ganz neue Ebene heben

Methode

Sehr interaktive, visuell unterstützte, inspirierende Praxisimpulse.

Lernziel

Branchenübergreifende Inspirationen aus der Praxis, um Key-Account-Management im eigenen Unternehmen gemeinsam im Team zu etablieren und profitabel zu managen.

Zielgruppe

Key-Account-Manager*innen, Multifunktionale Mitglieder aus Key-AccountTeams, KAM-Leiter*innen, Verkaufsführungskräfte, Vertriebs- und Marketingleiter*innen.

Referent



Hansjörg Stephan

ist Wirtschaftsingenieur (Karlsruher Institut für Technologie) und Sales Business Coach (Munich Business School). Nach 7 Jahren als Supply Chain-, Marketing- & Key Account Manager bei Beiersdorf (NIVEA), ist er seit über 15 Jahren leidenschaftlich als Management Trainer, Business Coach, Speaker & Inspiring Sales Consultant in Europa unterwegs.

Neu: Einzelkurs

Telefontraining für Vertriebsinnendienst und Kundenservice

Souverän Telefonieren & Kunden begeistern

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 27.–28.4.2020 | 1.–2.10.2020

Sie als Mitarbeiter*in sind die Visitenkarte des Unternehmens. Der Eindruck am Telefon ist entscheidend für Ihre*n Gesprächspartner*in. Damit sichern Sie sich eine souveräne Wirkung und dem Unternehmen Wettbewerbsvorteile für die Zukunft. In diesem Seminar lernen Sie den professionellen Umgang am Telefon. Sie kennen Ihre Wirkung und wissen, wie Sie Kund*innen begeistern und überzeugen. Sie erkennen Persönlichkeiten und nutzen aktuelle Kommunikationspsychologie.

„Der erste Eindruck ist entscheidend, der letzte Eindruck bleibt.“

Gabriele H. Fährdrich

Programm

- Der rote Faden für alle Telefonate
- Psychologie und Umgang mit Persönlichkeiten
- Magic Words
- Killerphrasen & Todsünden
- Immer eine Antwort: Umgang mit schwierigen Situationen
- Stimme, Worte, Haltung: Persönliche Wirkung
- Aktuelle und professionelle Kommunikation
- Cross- und Upselling

Methode

Impulsvorträge, Gruppen- und Einzelarbeiten, interaktive Praxisbeispiele und praktische Übungen.

Lernziel

Sie erlernen die souveräne, professionelle, zielorientierte Kommunikation am Telefon. Sie erkennen und nutzen den richtigen Ton für alle Gesprächssituationen. Sie sind sich Ihrer persönlichen Wirkung bewusst. Sie führen und begeistern die Kund*innen.

Zielgruppe

Mitarbeiter*innen aus dem Vertriebsinnendienst und Kundenservice.

Referentin



Gabriele H. Fährdrich

ist Expertin für Kommunikation. Bereits 2002 hat die studierte Betriebswirtin Ihr erstes Kunden Service Center aufgebaut und geleitet. Sie ist eine Frau aus der Praxis für die Praxis. Jedes Jahr begleitet sie hunderte von Mitarbeiter*innen und Führungskräften direkt in den Unternehmen bei der Umsetzung. Schwerpunkte sind dabei: Persönlichkeitsentwicklung, erfolgreicher Verkauf, Begeisterung am Telefon.

Preis 1.190 Euro*

Einzelkurs

CRM im digitalen Zeitalter

Durch ein Neudenken der Kundenbeziehung zu mehr Erfolg im Vertrieb

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 19.6.2020 | 13.11.2020

Customer-Relationship-Management an sich ist nichts Neues. Trotz oder gerade wegen vermeintlich neuer Instrumente wie Big Data, E- oder Social-CRM und Customer-Journey-Management ist es für den Erfolg von CRM besonders wichtig, sich bewusst zu machen, was erfolgsentscheidend ist und was nicht. In diesem Seminar lernen Sie, was ein erfolgreiches CRM in der digitalen Welt ausmacht. Sie verstehen Customer-Relationship-Management als Denkhaltung und nicht als Software. Sie werden Instrumente erlernen, durch die Sie erkennen, was für Ihren Vertrieb wichtig und richtig ist und worauf Sie verzichten sollten.

„Ich habe viel wertvolles Wissen und neue Erkenntnisse mitgenommen. Durch kleine Aufgaben und Gruppenarbeiten, viele Praxisdiskussionen und gute Beispiele verging die Zeit wie im Flug!“

Carolin Seufert, LUXHAUS Vertrieb

Programm

- Instrumente des CRM in der digitalen Welt verstehen und sinnvoll implementieren
- CRM im Vertrieb: erfolgsentscheidende Faktoren erkennen und CRM-Nutzung danach ausrichten
- Best in Class: Erfahrungen austauschen und gute Beispiele auf die eigene Umwelt übertragen
- CRM als Support für die Kundenbeziehungen neu definieren und anwenden
- Initiatoren, Zielsetzungen und Implementierungspfade eines erfolgreichen CRM erarbeiten

Methode

Einleitende Impulsvorträge, Case Studies anhand von realen Beispielen, Diskussion und Austausch sowie Gruppenarbeiten.

Lernziel

Sie lernen CRM aus neutraler Sicht eines Vertriebsexperten kennen. Es geht in diesem Seminar nicht um irgendeine Softwareanwendung, sondern um das effektive und effiziente Management von Kundenbeziehungen.

Zielgruppe

Manager*innen im Vertrieb, sowohl im Innen- als auch im Außendienst und im Key-Account-Management sowie Mitglieder der Unternehmensleitung.

Referent



Prof. Dr. Rainer Elste verfügt über 20 Jahre Erfahrung in leitenden Positionen in Vertrieb und Marketing, sowohl in der Industrie als auch in der vertriebsorientierten Unternehmensberatung. Er ist Professor für Vertrieb und Marketing an der Hochschule Esslingen und Gründer und Leiter des Steinbeis Beratungszentrums Vertriebs- und Marketinginstitut (VMI).

Einzelkurs

Social Selling

So gelingt Kundenakquise mit Social Media

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 6.3.2020 | 23.10.2020

Digitale Transformation, Big Data, Social Media und Mobilität – all dies sind Faktoren, die grundlegende Veränderungen im Vertrieb mit sich bringen. Welche Trends bestimmen den Online-Dialog mit Kund*innen? Welche Dialogform schafft Vertrauen? Wie lässt sich das Zusammenspiel der Kanäle orchestrieren und im Vertriebsgefüge implementieren? Wie wirkt sich das veränderte Nutzerverhalten der Kund*innen auf den Vertrieb aus? Wie lassen sich geräteübergreifende Mess-tools einsetzen? In diesem Seminar erhalten Sie Antworten auf alle diese Fragen. Sie lernen, wie Sie in Social-Media-Netzwerken erfolgreich Neukund*innen gewinnen und bestehende Kundenkontakte pflegen können.

„Im Social Selling entscheidet die richtige Kommunikation über den Erfolg und den Misserfolg von Vertriebsmaßnahmen.“

Mike Hahm

Programm

- Grundlagen: Was ist Social-Media-Vertrieb?
- Relevanz: Wie können Sie Social-Media-Vertrieb in Ihrem Unternehmen nutzen?
- Überblick: Was sind die wichtigsten Social-Media-Netzwerke im Business-Umfeld?
- Anwendung: Wie können Sie Social Media für die Kundengewinnung effektiv einsetzen?
- Exkurs: Rechtliche und ethische Grenzen
- Ausblick: Was sind die neuesten Social-Selling-Entwicklungen und Trends?

Methode

Einführung in die theoretischen Grundlagen, Diskussion aktueller Trends, Kleingruppenübungen, Best Practices & Case Studies, Ausblick auf zukünftige Entwicklungen.

Lernziel

Sie erfahren in diesem Seminar, wie Sie mit Hilfe von Social-Media-Netzwerken neue Kund*innen finden und gewinnen sowie bestehende Kundenkontakte für den Vertriebs-erfolg pflegen können.

Zielgruppe

Vertriebsmitarbeiter*innen, Vertriebs-leiter*innen, Geschäftsführer*innen und alle, die vertrieblich aktiv sind.

Referent



Mike Hahm

ist seit 2013 als Leiter des Business Development für die Konica Minolta Business Solutions Europe GmbH tätig. Er ist für die Identifizierung, Entwicklung und Realisierung neuer Geschäftsmöglichkeiten des Unternehmens in Europa verantwortlich. Seine ersten beruflichen Erfahrungen im Bereich Vertrieb und Marketing sammelte er bei der Ricoh Deutschland GmbH als Leiter der Abteilung Managed Document Services Development für den Auf- und Ausbau des Professional Services Geschäftes.

Preis 990 Euro*

Einzelkurs

Weibliche Stärken vertrieblich nutzen

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 26.5.2020 | 13.11.2020

Möchten Sie lernen, die weibliche Intuition und Empathie als Stärke in Vertriebssituationen einzusetzen? Interessiert Sie die Bedeutung des beziehungsorientierten Ansatzes im Vertrieb und die Wahrnehmung Ihrer eigenen Rolle in schwierigen Gesprächssituationen? Kennen Sie die Möglichkeit des „Adlerblicks“ auf herausfordernde Gespräche und wie Sie damit einen Perspektivwechsel herbeiführen und Ihr Abschlussziel durchsetzen können? In diesem Seminar erhalten Sie Antworten auf diese Fragen. Sehr praxisnah lernen Sie, theoretische Erkenntnisse gewinnbringend in schwierigen und festgefahrenen Situationen einzusetzen und so Ihre Souveränität zu stärken. Als Beispiele dienen reale Fälle, die Sie mitbringen oder typische Fälle aus dem Vertriebsalltag. Während des gesamten Seminars beleuchten wir gemeinsam mit Ihnen Ihre innere Haltung und erarbeiten, wie Sie mit Ihrer individuellen Art erfolgreich sein und noch mehr Wirkung erzielen können.

„Wie Frauen im modernen Vertrieb mit ihren Stärken punkten.“

Heike Hahn

Programm

- Weibliche Intuition und Empathie als Stärke
- Beziehungsorientierter Vertriebsansatz
- Wahrnehmung der eigenen Rolle
- Perspektivwechsel in festgefahrenen Situationen
- Reflexion zur eigenen inneren Haltung
- Mehr Wirkung und Erfolg von Akquise bis Abschluss

Methode

Hohe Praxisorientierung, theoretischer Input der Referentin zu Verhaltensmustern und Sichtweisen (systemischer Coaching-Ansatz), praxisorientierte Rollenspiele – auch individuell aus realem Kontext der Teilnehmer*innen.

Lernziel

Sie reflektieren Ihre innere Haltung und verleihen so Ihrer vertrieblichen Ausstrahlung mehr Kraft. Dadurch gewinnen Sie an Souveränität und Durchsetzungsvermögen für schwierige Gesprächssituationen. Im Vordergrund stehen gezielte praktische Übungen und Tipps für mehr Überzeugungskraft in Ihren individuellen Vertriebssituationen.

Zielgruppe

Exklusiv für Frauen im Vertriebsmanagement: Vertriebsleiterinnen, Key-Account-Managerinnen, Außendienst-Leiterinnen, weibliche Fach- und Führungs(nachwuchs-)kräfte im Vertrieb.

Referentin



Heike Hahn

ist Expertin für Vertriebsmanagement und Potenzialentfaltung und seit mehr als 20 Jahren als Managerin, Trainerin und Coach tätig. Ihre Themenschwerpunkte sind das Training und Coaching von klassischen Vertriebs-techniken, die Reflexion der inneren Haltung, Potenzialentfaltung im Team, sowie Kundenbegeisterung und Kommunikation. Zu ihren Kunden zählen große Handelsketten, FMCG Unternehmen sowie Mittelständler im Maschinenbau.

Neues Konzept: Einzelkurs

Neu in der Vertriebsverantwortung

Kundenorientiert und erfolgreich Führen

Ort und Termine

**Frankfurt a.M. | 9. – 10.12.2019 | 17. – 18.3.2020
3. – 4.12.2020**

Sie erlernen in diesem Seminar das methodische, inhaltliche und praktische Rüstzeug für Ihre neue Rolle als Vertriebsleiter*in. Im Spannungsfeld zwischen Kund*innen, Geschäftsleitung und Mitarbeiter*innen erarbeiten Sie Ihre Vertriebsstrategie und setzen diese mithilfe von Kennzahlen und Prozessen um. Dabei nutzen Sie digitale Werkzeuge ebenso wie die enge Zusammenarbeit mit den Leiter*innen der übrigen Funktionen. Leitschnur ist die Ausrichtung am Kaufverhalten Ihrer Kund*innen (Customer Journey), was automatisch zu Multi-Channel-Vertriebsstrategien führt. Im Seminar arbeiten wir ausschließlich mit Daten und Fakten aus Ihrem eigenen Vertriebsumfeld, damit Sie das Erlernte umgehend in Ihrer Praxis anwenden können.

„Das Seminar hat mich wieder auf den Auftrag des Vertriebs fokussiert und mich hoch motiviert, intern die Weichen für einen Change-Prozess zu stellen, der für die Zukunft wichtig sein wird.“

Matthias Heidemann, Team Beverage Einzelhandel

Programm

- Kaufverhalten und -prozesse verstehen
- Unternehmensziele in Vertriebsziele übersetzen
- Marktzugänge optimieren
- Digitale Werkzeuge nutzen
- Mitarbeiter*innen führen und entwickeln
- Bei der Geschäftsleitung anerkannt werden
- Mit anderen Abteilungen kooperieren
- Die eigene Karriere fördern

Methode

Interaktive Gestaltung mit Impulsvorträgen, Realsituationen der Teilnehmer*innen, Gruppen- und Einzelarbeit.

Lernziel

Sie werden zur kompetenten Unterstützung der Geschäftsleitung bei der Sicherstellung des Unternehmenserfolgs. Ihr Vertriebsteam agiert effektiv und ist in der Lage, Mehrwerte für Kund*innen zu generieren und sich dadurch vom Wettbewerb abzuheben. Sie nutzen digitale Werkzeuge effektiv und sind dadurch zukunftssicher aufgestellt.

Zielgruppe

Vertriebsmanager*innen, die sich auf die Leitung des Vertriebs vorbereiten (High Potentials) oder vor kurzem die Verantwortung für den Vertrieb übernommen haben.

Referent



Michael Hopke

Seine Beratungs- und Schulungsaktivitäten haben ihm einen ausgezeichneten Ruf für die Umsetzung von Transformationsprozessen in Unternehmen verschafft. Seit der Gründung von MHO Consulting im Jahre 2009 hat er zahlreiche weltweite Implementierungen von Vertriebs- und Führungskräfte trainings erfolgreich durchgeführt. Seine Kombination aus bewährten Verkaufsansätzen und profunder Führungserfahrung sichern ihm die Akzeptanz der Bereiche Management, Marketing, Vertrieb und Personalentwicklung bei seinen Kund*innen.

Preis 1.490 Euro*

Neu: Einzelkurs

Sales Coaching

Wie der Transfer in die Praxis gelingt

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 16.3.2020 | 28.9.2020

Studien zeigen immer wieder, dass eine der kritischsten Aufgaben der Vertriebsleitung im effizienten Coachen liegt. Dennoch widmen viele Vertriebsleiter*innen – nach eigener Aussage – dieser Aufgabe zu wenig Zeit. Dieses Seminar liefert Führungskräften im Vertrieb Impulse, Daten, Kommunikationsfertigkeiten, methodisches Rüstzeug und Erfolgsbeispiele für den Praxistransfer. Sie erfahren zunächst eine thematische Einordnung über das Was und Warum. Sie lernen dann Methoden und Fertigkeiten kennen, wie Sie einen Prozess planen und verfolgen und wie Sie Coachinggespräche vorbereiten, durchführen und nachbereiten. Sie erhalten Gelegenheit zur Reflexion und zu praktischen Übungen, inklusive der Bewältigung von Hindernissen und kritischer Coachingsituationen. Abschließend wird aufgezeigt, wie ein Transfer in die eigene Organisation gelingen kann.

„Sales Coaching ist die wichtigste, oft jedoch unterschätzte und unzureichend ausgebildete Führungskompetenz im Vertrieb.“

Klaus Steven

Programm

- Sales Coaching als Führungskompetenz
- Sales Coaching – Was es ist und was es nicht ist
- Das enorme Performance-Potenzial
- Eigenschaften und Verhaltensweisen eines guten Coaches
- Sales Coaching ist ein Prozess
- Hindernisse erkennen und ausräumen
- Wie Sie Coaching erfolgreich umsetzen
- Wie Sie eine Coachingkultur im Unternehmen entwickeln

Methode

Vortrag, Gruppen- und Einzelarbeit, Simulation.

Lernziel

Sie erkennen, warum, was, wie und wann zu coachen. Das unmittelbar anwendbare Handwerkszeug steigert die Wirksamkeit des Coachings spürbar und führt bei konsequenter Anwendung zu nachhaltigen und messbaren Erfolgen bei Vertriebsmitarbeiter*innen wie bspw. Abschlussraten. Sie begegnen schwierigen Coachingsituationen mit Herz und Hirn, mehr Souveränität und Methode.

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb mit Personalverantwortung.

Referent



Klaus Steven

ist SVP Direct Sales EMEA sowie Geschäftsführer der Miller Heiman Group in Deutschland. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind Vertrieboptimierung, Führungskräfteentwicklung und Transformation. Zuvor war Klaus Steven in geschäftsleitenden Funktionen in Vertrieb und Marketing tätig. Seine profunden Kenntnisse über die strategieumsetzende und ergebnisorientierte Mitarbeiter- und Unternehmensentwicklung bringt er als Sales Consultant, Coach und Trainer ein. Zu diesen Themen ist er auch regelmäßig als Referent und Autor tätig.

Preis 990 Euro*

* Alle Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer.

Einzelkurs

Persönlich wirken im Vertrieb

Erfolgreich präsentieren, Ziele erreichen

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 2.12.2019 | 15.6.2020
30.11.2020

In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie Ihre Wirkung auf andere bewusst steuern können und wie Sie auf Signale und Körpersprache Ihres Gesprächsgegenübers achten sowie diese deuten können. Neben der Fähigkeit „Zuhören – aber richtig“ werden Sie mit den unterschiedlichen Fragetechniken vertraut gemacht. Sie üben an Fallbeispielen aus der Praxis erfolgreiche Gespräche zu führen. Sie lernen, wie Sie entspannter und zugleich erfolgreicher präsentieren. Beispiele aus der Praxis und ein Erfahrungsaustausch untereinander runden das Seminar ab. Diverse Checklisten unterstützen Sie dabei, das Gelernte zu vertiefen.

„Der Referent hat sehr gut auf die Bedürfnisse der Teilnehmer reagiert und einen qualitativ sehr wertvollen Tag gestaltet.“

Niklas Kinzl, Soma

Programm

- Grundlagen der Kommunikation: Empathie im Geschäftsleben richtig einsetzen
- Wirkungsvoller Auftritt: Die Zuhörenden erreichen, die eigene Persönlichkeit nutzen, Leistungen überzeugend verkaufen
- Vorbereitung von Präsentation und Vorträgen: Motivation, Einstimmung und Kernbotschaft
- Antriebsfaktoren: Was sind die entscheidenden „personal drivers“?
- Ziele und Zielgruppen klar definieren
- Fragetechniken und Gesprächsführung
- Rhetorische Mittel nutzen: Atem, Stimme, Gestik, Mimik und Körpersprache
- Umgang mit Präsentationsmedien

Methode

Gruppenarbeit, Impulsvortrag, Einzelarbeit, Übungen, Fallstudien, Praxisbeispiele.

Lernziel

Sie werden selbstsicherer im Auftritt sein, erfolgreich Präsentationen und Verkaufsgespräche führen können. Durch verbesserte Kommunikationsfähigkeiten und bewussteren Auftritt werden Sie überzeugender.

Zielgruppe

Sales- und Key-Account-Manager*innen, Produkt- und Marketing-Manager*innen, die am Beginn ihrer Karriere stehen sowie Quereinsteiger*innen, die aus den Bereichen Technik oder Finanzen kommen.

Referent



Michael Bethge

ist seit über 20 Jahren mit Leidenschaft im Verkauf tätig. Er ist in leitender Funktion für den globalen Vertrieb von beratungsintensiven B2B-Produkten bei Sappi Europe verantwortlich. Weltweit betreut er globale Key Accounts und führt internationale Sales Teams mit über 60 Mitarbeiter*innen. Seine Arbeitgeber waren mittelständische Familienbetriebe, vor allem aber internationale, global agierende Konzerne.

Preis 990 Euro*

Einzelkurs

Emotionales Verkaufen

Damit Ihnen Ihre Kunden (noch mehr) vertrauen

Ort und Termine

Frankfurt a.M. | 25.5.2020 | 30.11.2020

Die Anforderungen an Verkäufer*innen haben sich gewandelt, denn es kommt nicht mehr nur alleine auf das Produkt und die Preise an: Das größte branchenübergreifende Kaufmotiv ist Vertrauen. Kund*innen wollen ernst genommen werden und sind selbstbewusster geworden als noch vor Jahren. Sie informieren sich nicht nur vor Ort im Verkaufsgespräch, sondern auch im Internet auf Webpräsenzen der Unternehmen und auf Social Media. Das birgt für Unternehmen und jede*n einzelne*n Verkäufer*in riesige Chancen aber auch Gefahrenpotentiale. Wie Sie diese Klippen umschiffen können, erfahren Sie in diesem eintägigen Seminar.

„Es ist verständlich
und sehr praxisnah.
Fantastisch für junge
Vertriebler.“

Dennis Toborek, SIEVERS-SNC

Programm

- Was bedeutet Emotionales Verkaufen konkret?
- Wie verschaffe ich mir durch meine authentische Persönlichkeit Wettbewerbsvorteile?
- Wie „verstehen“ Verkäufer*innen ihre Kund*innen besser?
- Was bedeutet Achtsamkeit im Verkauf?
- Wie stelle ich kluge Fragen, höre wirklich hin und ziehe die richtigen Schlüsse?
- Wie setze ich Sprache zielführend und überzeugend ein?
- Wie argumentiere ich den emotionalen Nutzen?

Methode

Zu den jeweiligen Themen werden Einzel- und Gruppenarbeiten sowie Praxisübungen durchgeführt.

Lernziel

Sie lernen das „Emotionale Verkaufen“ als neue Vertriebsform kennen und so treue Kund*innen zu gewinnen. Sie lernen ihre Persönlichkeit als Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb einzusetzen.

Zielgruppe

Verkaufsleiter*innen,
Key-Account-Manager*innen,
Verkäufer*innen im Innen- und Außendienst, Vertriebs-Ingenieur*innen und -Techniker*innen.

Referent



Lars Schäfer

ist seit 2004 selbständig als zertifizierter Trainer und Redner mit dem Schwerpunkt „Emotionales Verkaufen“ tätig. Seine Trainings gibt er in deutscher oder englischer Sprache und stellt die Qualität seiner Seminare durch regelmäßige methodische und fachliche Weiterbildungen sicher. Er hat langjährige Trainingserfahrung im B2B- und B2C-Bereich. Lars Schäfer ist Autor mehrerer Bücher wie „Verkaufen in digitalen Zeiten – Einfach mal Mensch sein“ und „Emotionales Verkaufen: Was Ihre Kunden WIRKLICH wollen“.

Empower your Management Skills

Akademische Zertifikatsprogramme für Professionals

Die digitale Transformation verändert Unternehmen und Organisationen tiefgreifend. Schnellere Innovationszyklen stellen neue Anforderungen an die klassischen Managementaufgaben, die strategische Ausrichtung, an Kommunikation und Arbeitsweise. Um diese Herausforderungen in Ihrem Geschäftsbereich zu managen, bedarf es neuer Herangehensweisen im Arbeitsalltag. Die Certified Executive Programmes ermöglichen Ihnen erfolgreich und souverän die Zukunft der Businesswelt zu meistern.

Certified Executive Programmes – maßgeschneidert für Professionals

Für Ihren beruflichen Erfolg:

Sie erweitern im Certified Executive Programme auf kompakte Weise Ihre strategischen und operativen Kenntnisse – und das mit Inhalten aus dem top-akkreditierten MBA-Curriculum.

Sie profitieren vom Austausch mit Teilnehmer*innen verschiedener Branchen und renommierten Lehrenden, die neueste Forschungsergebnisse mit den Erfordernissen der Praxis zusammenführen.

Am Ende erhalten Sie ein anerkanntes Hochschulzertifikat und bis zu 13 Credit Points, die Ihnen für ein MBA-Studium angerechnet werden können.

Damit schafft die Quadriga Hochschule Berlin ein exklusives Weiterbildungs- und Netzwerkangebot, das Ihren Karriereverlauf zielgerichtet fördert.

Es erwartet Sie:

ein **intensives** und zielorientiertes Programm mit Inhalten aus den top-akkreditierten MBA-Studiengängen, das Sie direkt auf neue berufliche Aufgaben vorbereitet.

ein **intelligentes** Konzept mit einer Kombination aus wissenschaftlichem Input und praxisbewährten Konzepten.

ein **innovatives** Mindset, um auch den Herausforderungen der Zukunft begegnen zu können. Dafür werden die Programme halbjährlich aktualisiert.

ein **interaktives** Format, das von geteilten Erfahrungen und Lösungsansätzen lebt. Ihre Kommiliton*innen sind Professionals verschiedener Branchen.

inspirierende Lehre durch renommierte Professor*innen und führende Praktiker*innen.

Überblick

Ablauf des Programmes:

1. Sie bewerben sich ganz unkompliziert online.
2. Im Anschluss stellen wir Ihnen das Programm in einem persönlichen Telefonat vor und tauschen uns mit Ihnen über Ihre Erfahrungen und Erwartungen aus.
3. Vor Programmbeginn erhalten Sie von uns eine Agenda mit allen Eckdaten und Ihren persönlichen Lehrmaterialien.
4. Nach erfolgreichem Bestehen der Prüfungsleistung erhalten Sie ein Hochschulzertifikat mit bis zu 13 ECTS.
5. Sie werden Teil des Quadriga-Netzwerkes und knüpfen wertvolle Kontakte für Ihre berufliche Zukunft.

Programme mit Hochschulzertifikat

Mit dem erfolgreichen Abschluss erwerben Sie ein anerkanntes Zertifikat der Quadriga Hochschule Berlin.

Bewerben Sie sich online oder per E-Mail:

lisa.prause@quadriga.eu



Lisa Prause

lisa.prause@quadriga.eu

+49 (0) 30 84 85 95 71

Abschluss

Nach erfolgreichem Abschluss beider Module erhalten Sie ein Zertifikat der Quadriga Hochschule Berlin

Kurs Sprache

Deutsch und teilweise Englisch (Prüfungen können auf Deutsch oder Englisch abgelegt werden)

Dauer

Ein Modul: ca. 8 Tage
(plus Online Sessions)
Zwei Module: ca 16 Tage
(plus Online Sessions)

Credits

Bis zu 13 ECTS

Studienort

Quadriga Hochschule Berlin

Bewerbung

Bewerben Sie sich online oder schicken Sie Ihren CV an:

lisa.prause@quadriga.eu

Studiengebühr

4.900 Euro* (ein Modul)

8.900 Euro* (zwei Module)

Kurs der Certified Executive Programmes

Certified Digital Marketing Expert

Als „Certified Digital Marketing Expert“ kennen Sie die echten Marketinginnovationen und wissen diese von kurzfristigen Hypes zu unterscheiden. Mit den einzelnen Bausteinen einer digitalen Marketingstrategie lernen Sie auch die Möglichkeiten von automatisierten und datengetriebenen Kampagnen kennen. Anhand von Tools und Erfolgsfaktoren treiben Sie die Entwicklung zukunftsfähiger Marketingprinzipien in Ihrer Organisation voran.

Modul: Digital Marketing Strategy

- Bausteine der digitalen Marketingstrategie
- Customer Journey und Customer Experience Design
- E-Commerce und digitale Produktstrategie
- Big Data und Analysen
- Datenbasierte Geschäftsmodelle
- Marketing Automation
- Marketing Organisation

Modul: Digital Marketing Management

- datengetriebenes Marketing, Inbound Marketing
- KI & Co: jüngste Marketinginnovationen
- Multi-Channel-Marketingplanung
- SEO und digital Media
- Social Media Marketing in der Praxis: Prozesse, Tools, Erfolgsfaktoren
- Management und Moderation heterogener Teams

Head of Certified Executive Programme

Prof. Dr. Andrea Kindermann ist Professorin und Forscherin zur Digital Transformation von etablierten Unternehmen. Seit vielen Jahren berät sie als Consultant Organisationen in der Entwicklung von innovativen Marketingstrategien und der Digitalisierung von Geschäftsmodellen.

Präsenztermine

12.03.2020 bis 14.03.2020 | 02.04.2020 bis 06.04.2020
 29.04.2020 bis 03.05.2020 | 23.05.2020 bis 26.05.2020
 Berlin

Abschlusszertifikat

„Certified Digital Marketing Expert“
 der Quadriga Hochschule Berlin

Kurs der Certified Executive Programmes

Certified Sales Expert

Als „Certified Sales Expert“ sind Sie bereit für die nächsten Herausforderungen im Vertriebsmanagement. Sie erlernen den sicheren Umgang mit digitalen Tools, neuen Formen der Ansprache und innovativen Analytics-Methoden. Zudem erhalten Sie die nötigen Kompetenzen und Leadership-Skills, um Methoden und Prozesse in ihrer Abteilung strategiekonform auszurichten.

Modul: Sales Strategy & Leadership

- Einführung in strategisches Sales Management
- Next Generation Sales Organisation & Prozesse
- Digitale Sales Strategie & CRM
- Leadership im Vertrieb

Modul: Sales Management & Organization

- Sales Rep & Dealer Incentivation
- Sales HR Management & Personalities
- Innovative Sales Analytics
- Pricing for Sales Management
- Negotiation & Value Selling Training

Head of Certified Executive Programme

Prof. Dr. Nikolas Beutin forscht und arbeitet seit vielen Jahren im Bereich international und digital Sales Organisation sowie in der Digitalisierung von Sales Prozessen. Außerdem berät er seit 22 Jahren Unternehmen in über 600 Projekten zu Sales Strategien und Wachstumsentwicklung.

Präsenztermine

11.03.2020 bis 14.03.2020 | 02.04.2020 bis 04.04.2020
 30.04.2020 bis 03.05.2020 | 23.05.2020 bis 27.05.2020
 Berlin

Abschlusszertifikat

„Certified Sales Expert“
 der Quadriga Hochschule Berlin

Kurs der Certified Executive Programmes

Certified Leadership & Organization Expert

Als „Certified Leadership & Organization Expert“ sind Sie in der Lage, Teams und Abteilungen professionell zu führen. Sie kennen verschiedene Führungsstile sowie Organisationsformen und können diese nach den organisationalen Bedürfnissen anwenden. Tools zum Konflikt- oder Projektmanagement lassen Sie auch im Wandel zielsicher agieren.

Modul: Organizational Development

- Gestaltungsoptionen für Organisationsstrukturen auf Unternehmens-, Geschäftseinheiten- und Funktionsebene
- Koordination von Schnittstellen um übergreifende Prozesse abzubilden
- Neue Organisationsformen
- Organisationsformen systematisch bewerten
- Tools für Projekte im Organization Design

Modul: Organizational Development

- Leadership
- Mitarbeiterzufriedenheit und -motivation
- Wesentliche Bausteine von Performance-Management-Systemen, Hard- und Soft-Controls
- Methoden, um Reorganisationen erfolgreich als Änderungsprozesse zu gestalten
- Informations- & Wissensmanagement
- Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

Head of Certified Executive Programme

Prof. Dr. Jens Grundei gilt mit zahlreichen Fachpublikationen als einer der profiliertesten Organisationsexperten in Deutschland

Präsenztermine

11.03.2020 bis 14.03.2020 | 02.04.2020 bis 05.04.2020

30.04.2020 bis 03.05.2020 | 17.05.2020 bis 20.05.2020

Berlin

Abschlusszertifikat

„Certified Leadership & Organization Expert“ der Quadriga Hochschule Berlin

Vom Certified Executive Programme zum MBA

Als Certified-Executive-Programme-Absolvent*in erwerben Sie fundiertes und praxisrelevantes Know-how und wertvolle Kontakte. Darüber hinaus können Sie auch akademischen ECTS-Punkte sammeln. Nutzen Sie diese, um Ihre CEP-Teilnahme strategisch, flexibel und innovativ zu ergänzen: Mit einem der topakkreditierten MBA-Programme der Quadriga Hochschule Berlin.

Head of Certified Executive Programme

- Digitale Souveränität
- Ein einzigartiges Netzwerk
- Strategische Handlungshoheit
- Ökonomische und kommunikative Exzellenz
- Innovative Tool Box
- Mind-Set für VUCA-Umwelten

Weitere einzigartige Services:

- Zahlreiche Praxistermine
- Persönliches Mentoringprogramm
- Persönliches Business Coaching
- Kostenlose Teilnahme an renommierten Kongressen
- Kostenlose Teilnahme an Awards Ihrer Profession
- Freiabonnement von Fachmagazinen wie „Human Resources Manager“
- State-of-the-Art-Garantie durch Onlineformate für Absolventen
- Hohe Flexibilität durch individuelle Studienverläufe und Zahlungsmöglichkeiten
- Praxistermine in Konzernzentralen, Bundesministerien, Chefredaktion, Start-Ups u. v. m.
- Neue interdisziplinäre Austauschformate
- Wahlmöglichkeiten bei der Unterrichtssprache
- Top-Akkreditierung und Abschlüsse mit höchster Reputation in der Branche
- Stipendien ab sofort verfügbar

Kontaktieren Sie uns unverbindlich

Henrik Thiesmeyer, Studienleiter

+49 (0) 30 44 72 94 10

#keepquestioning Business Coach Ausbildung

Nächste
Starttermine:
Februar 2020
April 2020

coaching.quadriga-university.com

Was macht Sie wirklich wirksam?

Mit der richtigen Frage fängt alles an. Wir arbeiten aus der fragenden Haltung heraus und laden Sie dazu ein, Ihr Handeln zu reflektieren, um sich immer weiter zu verbessern und so zu wachsen. Die Akademie für Coaching und Leadership der Quadriga Hochschule Berlin arbeitet mit Überzeugung aus dieser fragenden Haltung heraus. Der integrative Ansatz unserer Ausbildung zum Business Coach greift die Herausforderungen einer komplexer werdenden Arbeitswelt auf und befähigt Sie zu neuen Lösungen.



Coaching Werkzeuge für die Praxis

- Der ganzheitliche Ansatz integriert Business und Personal Coaching.
- Die Ausbildung bildet einen zeitgemäßen Coaching-Ansatz ab und geht hier auch auf das Umfeld New Work, Agiles Arbeiten, Change und neue Unternehmenskulturen ein.
- Sie erhalten ca. 50 Coaching-Methoden, die Sie direkt in der Praxis anwenden können.



Top-Coaches

- Die Ausbildung wird von erfahrenen Lehrcoaches mit konkreter Themen-Expertise geleitet.
- Der enge Betreuungsschlüssel durch Lehrcoaches maximiert den Lernerfolg.



Vorteile der Quadriga Hochschule

- Das hochwertige Curriculum entstand als Exzerpt aus 4 Coachingausbildungen und ist auf dem neuesten wissenschaftlichen Stand erstellt.
- Ausführliche Skripte und ergänzendes Online-material unterstützen den Lernprozess und geben Ihnen hochwertiges Lehrmaterial als echten „Methodenkoffer“ an die Hand.



Peer-Learning und Haltung

- Bei der persönlichen Auswahl der Teilnehmenden zählen individuelle Erfahrung und die eigene Haltung mehr als Alter oder Position.
- Durch den Erfahrungsaustausch mit Teilnehmenden aus den verschiedenen Branchen und Positionen profitieren Sie vom bewussten Perspektivwechsel.

Teilnehmerstimmen



Manuel Hinz
Gründer &
Geschäftsführer
CrossEngage

„ Organisation, Referenten und Materialien sind außerordentlich professionell. “



Katharina Seidl
Teamleitung
Recruiting
BFFT GmbH

„ Diese Ausbildung empfehle ich jedem, der an sich arbeiten möchte und bereit für Veränderung ist! “



Ausbildung mit Hochschulzertifikat

Bei erfolgreichem Abschluss der Ausbildung erhalten Teilnehmer und Teilnehmerinnen das Hochschulzertifikat „Systemischer Business Coach – Quadriga Hochschule Berlin“.

Ich berate Sie gerne!



David Nitschke
Director of Training and Coaching Programs
david.nitschke@quadriga.eu
+49 (0) 030 44 72 94 26



Quadriga
Hochschule

Quadriga Forum

Moderner Campus im Herzen Berlins

Der Campus der Quadriga Hochschule Berlin ist ein modernes Studienzentrum zwischen Gendarmenmarkt, Unter den Linden und dem Roten Rathaus in Berlin Mitte und somit mitten im politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Zentrum Berlins gelegen. Alle Räume sind klimatisiert und bieten großzügiges Tageslicht. Zudem zählt moderne Tagungstechnik im Studienzentrum zum Ausstattungsstandard – die perfekte Atmosphäre für eine erfolgreiche Weiterbildung.

Stilvolle Location für Ihre Businessveranstaltungen

Die Räumlichkeiten im Quadriga Forum stehen Ihnen auch zur Anmietung zu Verfügung. Unser kompetentes Event-Team berät Sie gern dazu, welche Räume sich für spezifische Veranstaltungen in idealer Kombination eignen.

Möchten Sie unsere Konferenzräume mieten?

Kontaktieren Sie uns für Ihr individuelles Angebot!

Saran Battsengel

+49 30 84 85 94 93

forum@quadriga.eu

quadriga-forum.de

Anreise & Hotелеmpfehlungen

Erreichen Sie uns komfortabel, günstig und umweltbewusst

Mit dem Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn reisen Sie deutschlandweit entspannt und komfortabel zu Ihrem gebuchten Veranstaltungsort. Ihre An- und Abreise im Fernverkehr der Deutschen Bahn mit dem Veranstaltungsticket wird zudem mit 100% Ökostrom durchgeführt. Nutzen Sie Ihren Preisvorteil und buchen Sie Ihre Hin- und Rückfahrt für 99 Euro* in der 2. Klasse oder 159 Euro* in der 1. Klasse. Ticketpreise für internationale Verbindungen erhalten Sie auf Anfrage bei der Service-Hotline der Deutschen Bahn unter: +49 1806 31 11 53**. Den Buchungscode erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung.

Übernachten ab 103 Euro*** in unseren Partnerhotels im Herzen von Berlin

ARCOTEL John F. : Das 4-Sterne-Komforthotel liegt unmittelbar neben dem Quadriga Forum und bietet insgesamt 190 komfortable Zimmer. Reservierung unter: +49 30 40 50 46 0

HRS – Das Hotelportal:

In Zusammenarbeit mit unserem Partner HRS bieten wir unseren Gästen exklusive Angebote für Übernachtungen in einer Vielzahl von Hotels.

Nutzen Sie die Vorteile der Onlinereservierung unter:

quadriga-university.com/anfahrt

* Dieses Angebot gilt für alle Seminare und Tagungen der Quadriga Akademie Berlin GmbH im Jahr 2019. Vorausbuchungsfrist mindestens 3 Tage. Mit Zugbindung und Verkauf, solange der Vorrat reicht. Umtausch und Erstattung vor dem 1. Geltungstag 17,50 Euro, ab dem 1. Geltungstag ausgeschlossen. Gegen einen Aufpreis von 40 Euro sind innerhalb Deutschlands auch voll-flexible Fahrkarten (ohne Zugbindung) erhältlich. Es gilt die Erhebung eines Zahlungsmittelentgelts für innerdeutsche Fernverkehrstickets bei Zahlung mit Kreditkarte. Weitere Informationen unter: www.bahn.de/zahlungsmittelentgelt. Preisänderungen vorbehalten. Angaben ohne Gewähr.

** Die Hotline ist Montag bis Samstag von 7:00 – 22:00 Uhr erreichbar, die Telefonkosten betragen pro Anruf 20 Cent aus dem deutschen Festnetz und maximal 60 Cent aus dem Mobilfunknetz.

*** Übernachtung im Einzelzimmer ohne Frühstück. Preise nach Verfügbarkeit.

Kontakt

Sie haben Fragen oder Wünsche?

Moritz Pahnke

Beratung Executive Education
Quadriga Hochschule Berlin
Werderscher Markt 13
D-10117 Berlin

Tel +49 (0) 30 44 72 94 24

moritz.pahnke@quadriga.eu
www.quadriga-university.com
www.quadriga.eu

-  QuadrigaHochschule
-  QuadrigaBerlin
-  Quadriga University of Applied Sciences
-  Quadriga Hochschule Berlin

Impressum

Quadriga Hochschule Berlin GmbH

Werderscher Markt 13
10117 Berlin

Quadriga Executive Education

Quadriga Akademie Berlin GmbH

Werderscher Markt 13
10117 Berlin

info@quadriga-university.com
www.quadriga-university.com

Grafik und Bilder

Quadriga Media Berlin GmbH
Werderscher Markt 13
10117 Berlin

Bildnachweis

www.gettyimages.de, Jana Legler, Stefanie Amm,
Laurin Schmid, Julia Nimke

#keepquestioning