



SM 1

Strategisches Marketing am Point-of-Sale

Grundlagen

Begriffsdefinition
Point-of-Sale (POS), Marketing, Strategie

Analyse, der Weg des strategischen Marketing am Point-of-Sale (SMP)

Konventionelle Methoden (Wettbewerbs-Analyse)
SMP-Analyse (Analyse der Stärken)
SMP-Projekt

Technologie der Analyse

Vom Macro ins Micro
Werkzeuge und Verfahren

Beispiel SMP-Projekt

Erfolge sichern, Erträge steigern...
Zielsetzung dieses Seminars ist die Vermittlung von Methoden und Werkzeugen zur Optimierung des Erfolges am POS auf der Grundlage einer kausalen Gesamtstrategie.

Es richtet sich an Entscheidungsträger insbesondere aus Marketing, Werbung und Vertrieb.

Termine: Di. 20.01.
Di. 10.02.
Di. 16.03.

Ort: Seminarhotels im Spessart und Vogelsberg

Dauer: 1 Tag (8:00 Uhr bis 19:00 Uhr)

Preis: EUR 780,- zzgl. MwSt. pro Person