

ZFU Marketing & Sales Academy

04. – 05. Juni 2012

18. – 19. März 2013

# Marketing Controlling

*Return on Marketing Investment effizient und transparent ermitteln*

*Mit Marketing-Experte Sven Reinecke, Universität St. Gallen*

- **Systematisches Marketing-Controlling: Bedeutung & Grenzen**  
Sicherstellen von Effektivität & Effizienz einer marktorientierten Unternehmensführung
- **Instrumente: Aufbau eines praxisorientierten Cockpits**  
Erfolgskriterien & Schlüsselkennzahlen eines wirkungsvollen Marketing-Cockpits
- **Kunden- & Markenwert: Bewertungsmethoden für die Praxis**  
Customer Lifetime Value und Markenwert-Messmodelle für mehr Erfolg
- **Operatives Controlling: Marketingmix- & Kommunikation wirksam gestalten**  
Klassische Werbung, Social Media, Sponsoring, Events und Messen auf dem Prüfstand

## Im Brennpunkt der Sicherstellung der Marketing-Effektivität

Die Effizienz und Effektivität von Marketing-Massnahmen ist zu einer alltäglichen und entscheidenden Herausforderung von Marketingverantwortlichen geworden. Durch die steigende Kostentendenz und die vielfältigen Möglichkeiten Kunden anzusprechen, sind Unternehmen gefordert, eine systematische Transparenz Ihrer Ausgaben im Marketing zu schaffen. Eine konsequente und kontinuierliche Planung und Messung der Marketingaktivitäten sind unternehmerisch existenziell, um jederzeit budgetrelevante Entscheidungen zu treffen und Fehlkalkulationen vermeiden zu können.

### Zielgruppe

Führungs- und Fachkräfte aus den Bereichen:

- Marketing
- Produkt- und Brand-Management
- Finanzen und Controlling
- sowie Geschäftsführer

### Einstiegsniveau

Als Marketing- oder Finanzfachkraft wollen Sie aufgrund von erhöhtem Kostendruck und verstärktem Wettbewerb Ihre Marketing-Budgets gezielt und erfolgsversprechend einsetzen. Durch zahlreiche Beispiele aus der Marketing-Controlling-Praxis und der Erarbeitung von umsetzungsorientierten Methoden lernen Sie, wie Sie Ihren Marketing-Erfolg messen und steuern können.

### Arbeitsmethodik

Interaktive Referate mit intensivem Erfahrungsaustausch und Bearbeitung von umsetzungsorientierten Aufgabenstellungen in Workshops.

## Trainer / ZfU Faculty

### Prof. Dr. Sven Reinecke



ZfU Core Faculty; Lehrauftrag für Marketing Controlling; Direktor des Instituts für Marketing, Universität St. Gallen (HSG). Forschungs- und Anwendungsschwerpunkte: Marketing Controlling, Marketingstrategie und -planung, aufgabenorientiertes Marketing und Kundenbindung

### Dr. Gerold Geis



ZfU Visiting Faculty; Langjährige Erfahrung im Marketing Controlling & Marktforschung sowie in der Konzipierung, Programmierung und Implementierung von zahlreichen Marketing- und Vertriebssteuerungssystemen. Geschäftsführer MPM Market Performance Management St. Gallen AG.

### Dr. Marc Rutschmann



ZfU Visiting Faculty; Experte für „handlungsauslösende Kommunikation“ und über 20 Jahre Erfahrung in der Kaufprozessforschung. Zu seinen Kunden zählen u.a. Firmen wie 3M, Continental, Henkel, Pfizer Swisscom, General Electric, GM und Unilever. Gründer und Geschäftsführer der Dr. Marc Rutschmann AG.

### Standard-Literatur

Ergänzend zum Seminar empfiehlt die ZfU Faculty folgende Fachliteratur:

**Titel:** **Marketingcontrolling**  
**Autoren:** Sven Reinecke, Simone Janz  
**ISBN:** 978-3-17-018404-6  
**Verlag:** Kohlhammer

Das Buch können Sie über den ZfU-Buchshop (Tel. +41 44 722 85 44) bestellen.

## Ihr Nutzen – warum Sie teilnehmen sollten:

- Sie definieren, die für Sie wichtigen Schlüsselkennzahlen und kennen die Kriterien eines effektiven und effizienten Kennzahlen-Cockpits im Marketing.
- Sie identifizieren in den Workshops die wichtigsten Wachstums- und Erfolgsgeneratoren und erhalten Tools und Strategien, um diese optimal auszuschöpfen.
- Sie lernen, Ihre Marketinginstrumente künftig mit einem optimalen Kosten-Leistungs-Mix zu steuern, um Ihren Umsatz, Profit und Markenwert nachhaltig zu steigern.

## Das Seminarprogramm

### Tag 1

09.00 – 18.00 Uhr

ab 08.30 Uhr Begrüßungskaffee (fakultativ)

#### Einführung:

##### Einsatz des Marketing Controllings

- Bedeutung und Grenzen eines systematischen Marketing Controllings
- Marketing als Werttreiber
- Return on Marketing – die Notwendigkeit, Effizienz und Effektivität des Marketings zu eruiieren

#### Controlling Instrumente:

##### Das praxisorientierte

##### System des Marketing-Cockpits

- Schlüsselkennzahlen im Marketing
- Balanced Scorecard im Marketing
- Kriterien eines effizienten und effektiven Cockpits
- Check-up Ihres bestehenden Kennzahlen-Systems

#### Best Practice Case:

##### Marketing-Cockpits

- Erfahrungsberichte von Marketing-Cockpits aus unterschiedlichen Branchen
- Aufgabenorientierter Ansatz
- Controlling von Markteinführungen

*Gerold Geis*

#### Workshop

##### Umsetzung Ihres Marketing-Cockpits

- Mehrstufiger Aufbau Ihres Marketing-Cockpits
- Identifikation der Wachstums- und Erfolgsgeneratoren
- Ursache-Wirkungszusammenhänge
- Definition der relevanten Marketing-Kennzahlen für Ihr Unternehmen

### Tag 2

08.30 – 17.30 Uhr

#### Strategische Steuerung:

##### Mehr Transparenz und Erfolg durch marktorientierte Führung

- Marketingaudit
- Früherkennungssysteme
- Benchmarking
- Portfolios (z.B. Innovationen)

#### Kunden- & Markenwert:

##### Bewertungsmethoden für die Praxis

- Kundenbewertungsmethoden
- Customer Lifetime Value
- Markenwert-Messmodelle
- Mehrdimensionale Markenstärke

#### Best Practice Case:

##### Kommunikationscontrolling

- Schlüsselemente im Verkaufsprozess als Basis des Kommunikationscontrollings
- Messbare und aussagekräftige Kenngrößen in der Kommunikation eruiieren
- Analyse der Messpunkte für effizienzsteigernde Handlungsempfehlungen

*Dr. Marc Rutschmann*

#### Operatives Marketing Controlling:

- Preiscontrolling
- Controlling klassischer Kommunikation & Werbung
- Controlling von Live-Kommunikation (Events & Messen, Sponsoring)
- Online-Marketing Controlling, Marketing Controlling Social Media

«**Sehr informativ, aktuell und praxisorientiert**»

Holger Vogt, Senior Controller Costs, Tchibo GmbH, Hamburg

## Preise

ZfU Mitglieder CHF 2860.– / EUR 2385.–

Standardpreis CHF 3080.– / EUR 2570.–

**Im Seminarpreis inbegriffen** sind die Mittagessen, Pausenerfrischungen sowie die ausführliche Seminar dokumentation.

Besuchen mehrere Personen des gleichen Unternehmens denselben Seminartermin, erhält jeder weitere Teilnehmer 15% Ermässigung (Preis- und Wechselkursänderungen vorbehalten).

**Annullationsbedingungen:** 45 Tage vor Termin 50%; 30 Tage vor Termin 100% ([www.zfu.ch/agb](http://www.zfu.ch/agb)). Änderungen von Preis, Umrechnungskurs und Seminarinhalte vorbehalten.

**Weiterbildungs-Credits:** An dieser Veranstaltung werden bis zu 100 Weiterbildungs-Credits angerechnet. (1 Credit = 1 CHF). Ihren Weiterbildungscredit-Saldo finden Sie auf [www.myzfu.ch](http://www.myzfu.ch)

## Beratung / Kontakt

Lukas Schroth

Program Manager Marketing & Sales Academy

Tel. +41 44 722 85 06

E-Mail: [lukas.schroth@zfu.ch](mailto:lukas.schroth@zfu.ch)

## Veranstaltungsorte

### Seedamm Plaza \*\*\*\*

Seedammstrasse 3, CH-8808 Pfäffikon (SZ)

Tel. +41 55 417 17 17, [www.seedamm-plaza.ch](http://www.seedamm-plaza.ch)

**Transfer:** PW: 25min. ab Zürich / ÖV: 60min. ab Zürich Airport

**Einzelzimmerpreis:** ab CHF 203.–/EUR 170.–

### Hotel Sedartis \*\*\*\*

Bahnhofstrasse 16, CH-8800 Thalwil am Zürichsee

Tel. +41 43 388 33 00; [www.sedartis.ch](http://www.sedartis.ch)

**Transfer:** PW: 10min. ab Zürich / ÖV: 30min. ab Zürich Airport

**Einzelzimmerpreis:** ab CHF 195.–/EUR 163.–

Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer zu unseren Spezialkonditionen.

## Profitieren Sie doppelt!

Dieses Seminar ist Bestandteil des

**Dipl. Marketing-Manager ZfU.**

Kompaktes Praxiswissen für Excellence & Spitzenperformance als Marketing-Manager.

Weitere Informationen: [www.zfu.ch/pdf/dmm.pdf](http://www.zfu.ch/pdf/dmm.pdf)

## Anmeldung Marketing Controlling

Fax: Talon ausfüllen oder **Visitenkarte** anheften & faxen an **+41 44 722 85 86**

Telefon: Customer Care Center **+41 44 722 85 01**

Internet: <http://www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/mcot.htm>

Herr  Frau

Name/Vorname

Firma

Telefon/Mobile/Fax

E-Mail

Funktion/Abteilung

Strasse/Postfach

Firmenadresse  Privatadresse

Land/PLZ/Ort

Ich nehme an **folgendem Termin** teil:

04. – 05. Juni 2012, Pfäffikon SZ

18. – 19. März 2013, Thalwil am Zürichsee

Ja, ich möchte ein **Hotelzimmer reservieren:**

Einzelzimmer

Doppelzimmer

von

bis