

DIM-Marketingplaner

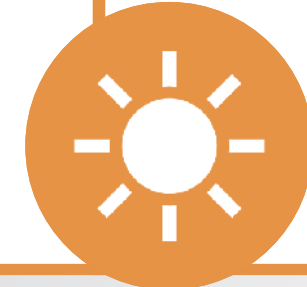
für

Welches Problem hat der Kunde?

Welche Lösung bieten wir?

Wer sind unsere Wettbewerber?

Warum sollte man sich für uns entscheiden?



Wo wollen wir stehen?
Was ist unsere Vision?

Wo stehen wir als Unternehmen jetzt?

Wer sind unsere Kern-Zielgruppen?

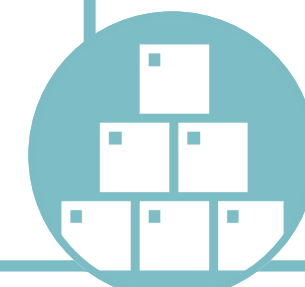
Was sind unsere Produkte/Dienstleistungen?

Wie erzielen wir Reichweite und Bekanntheit?

Wie und was kommunizieren wir?

Wie machen wir Leads zu Kunden (Conversions)?

Wie machen wir Kunden zu Fans?

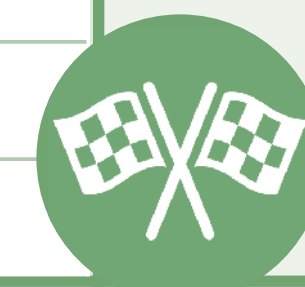


Start am

Maßnahmenplanung

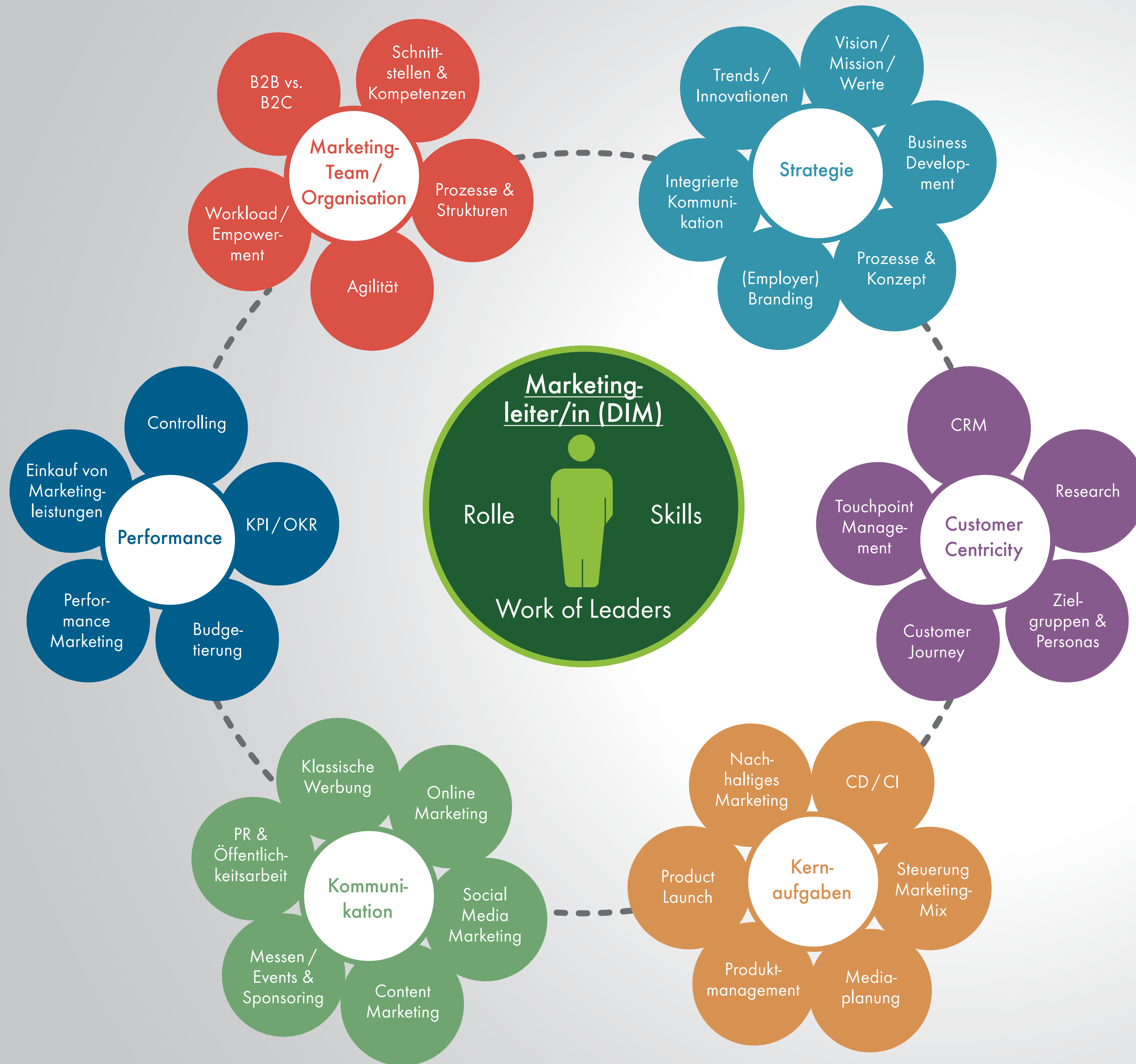
Ziel erreicht am

Nr.	Was?	Wer?	Bis wann?	Budget?
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				



Zertifikatslehrgang Marketingleiter/in (DIM)

Mehr Informationen:



Module	
1. Marketing in Unternehmen – Das „Big Picture“	<input type="checkbox"/>
2. Der Marketingleiter und seine Rolle – Intern und extern	<input type="checkbox"/>
3. Work of Leaders – Der Marketingleiter als Führungskraft	<input type="checkbox"/>
4. Agile Führung und Kommunikation in der Marketingabteilung	<input type="checkbox"/>
5. Strategisches Marketing – Vision, Mission, Werte und vieles mehr	<input type="checkbox"/>
6. Stichwort „Business Development“ – Machen Sie Ihr Marketing fit für die Zukunft!	<input type="checkbox"/>
7. Marketingprozesse und Entwicklung eines Marketingkonzeptes	<input type="checkbox"/>
8. Markenführung im digitalen Kontext	<input type="checkbox"/>
9. Employer Branding und interne Kommunikation	<input type="checkbox"/>
10. Integrierte Kommunikation – Lean Campaign Template	<input type="checkbox"/>
11. Moderne Marktforschung – Methoden und Tools im digitalen Zeitalter	<input type="checkbox"/>
12. Zielgruppen und Personas im Marketing	<input type="checkbox"/>
13. Customer Journey – Touchpoints identifizieren und managen	<input type="checkbox"/>
14. Customer Relationship Management	<input type="checkbox"/>
15. Corporate Identity, Corporate Design etc. – Unternehmensidentität als Grundlage für Erfolg	<input type="checkbox"/>
16. Marketing-Mix – 4 P's, 7 P's etc.	<input type="checkbox"/>
17. Klassische Werbung im digitalen Zeitalter	<input type="checkbox"/>
18. Fokus Online Marketing – SEO, SEA, Analytics etc.	<input type="checkbox"/>
19. Social Media Marketing	<input type="checkbox"/>
20. Content Marketing – Sechs DIMensionen	<input type="checkbox"/>
21. Messen, Events und Sponsoring	<input type="checkbox"/>
22. PR und Öffentlichkeitsarbeit	<input type="checkbox"/>
23. Mediaplanung	<input type="checkbox"/>
24. Product Launch Management – Erfolgreiche Markteinführung neuer Leistungen	<input type="checkbox"/>
25. Nachhaltiges Marketing – Corporate Social Responsibility	<input type="checkbox"/>
26. Vom Controlling zum Performance Management	<input type="checkbox"/>
27. Budgetierung und Steuerung im Marketing	<input type="checkbox"/>
28. Einkauf von Marketingleistungen	<input type="checkbox"/>
29. Trends, Tools & Ausblick	<input type="checkbox"/>