

Wichtige Vorankündigung

16. GfM Marketing-Trend-Tagung

Mittwoch, 5. April 2006, von 09.15 Uhr bis 16.30 Uhr
im Kongresshaus Zürich

Marketing-Exzellenz Notwendige Bedingung nachhaltigen Markterfolgs

Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Torsten Tomczak

Immer fragwürdiger ist es, vermeintlich etablierte Märkte und Kundensegmente mit traditionellen Methoden und Konzepten zu bearbeiten. Für viele Unternehmen sind die Zeiten standardisierter Massenproduktion, Massendistribution und Massenkommunikation vorbei. Mit einem solchen Marketing gelangen immer mehr Unternehmen an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit. Zunehmend heisst das einzig erfolgreiche Konzept in vielen Märkten offenbar "Discounting" - also austauschbare Qualität zu einem möglichst geringen Preis. Natürlich kann dies kurz oder sogar mittelfristig Umsätze generieren oder sogar Gewinn schaffen, wenn die Kostenstrukturen stimmen. Discounting ist jedoch für die meisten Unternehmen auszehrend. Gesunde Wertschöpfung - ob aus betriebswirtschaftlicher oder volkswirtschaftlicher Perspektive betrachtet - sieht anders aus. Wer seine Produkte und Services differenzieren will, muss im Kampf gegen die "Aldisierung" der Märkte offenbar neue Wege gehen. Um Mehrwert für Kunden zu schaffen, braucht es Exzellenz im Marketing.

Exzellentes Marketing verlangt einzigartige Fähigkeiten und innovative Konzepte, um Marktpotenziale identifizieren, erfolgreich erschliessen und ausschöpfen zu können. Die Konzentration auf ausgewählte Kernkompetenzen in den Feldern Kundenakquisition, Customer Retention sowie Produkt- und Serviceinnovation muss im Vordergrund stehen. Nur Unternehmen, die über weit überdurchschnittliche Fähigkeiten im Marketing verfügen und die gesamten Geschäftsprozesse konsequent auf die Schaffung optimalen Kundennutzens ausrichten, werden zukünftig erfolgreich in den Märkten bestehen können.

Das Motto der 16. GfM Marketing-Trend-Tagung heisst daher "Marketing-Exzellenz". Ausgewiesene Referenten aus Wissenschaft und Praxis diskutieren die Stellhebel für ein exzellentes Marketing und präsentieren Best Practices. Informieren Sie sich, wie nachhaltiger Markterfolg durch ein exzellentes Marketing erreicht werden kann.

Die diesjährige Marketing-Trend Tagung gibt Antworten auf folgende Fragen:

- Marketing ist nicht gleich Marketing. Was unterscheidet Durchschnitts-Marketing von Marketing-Exzellenz?
- Welche strategischen Voraussetzungen sind für Marketing-Exzellenz erforderlich?
- Auf welche Art und Weise werden interne Voraussetzungen für ein exzellentes Marketing geschaffen?
- Wo liegen die Stellhebel im Unternehmen, um Marktpotenziale voll auszuschöpfen?
- Wie lässt sich Exzellenz im Marketing langfristig aufrecht erhalten?
- Welche neuen Entwicklungen und neuartigen Konzepte gibt es im Marketing? Welche haben Zukunft?

16. GfM Marketing-Trend-Tagung, Mittwoch, 5. April 2006

Marketing-Exzellenz

Notwendige Bedingung nachhaltigen Markterfolgs

Tagungsprogramm

09.15	Begrüssung	Elmar Wohlgensinger Präsident der GfM
09.20	Einführung und Tagungsleitung	Roger de Weck Publizist, Zürich und Berlin
09.30	Marketing-Exzellenz Strategische Voraussetzungen	Prof. Dr. Torsten Tomczak Direktor Institut für Marketing und Handel an der Universität St. Gallen (IMH-HSG)
10.30	Pause	
10.50	Marketing-Kreativität Fallstudie: Nike Fussball	Daniel Eppler Nike, Category Business Leader AGSS (Austria, Germany, Switzerland, Slovenia)
11.40	Marketing-Exzellenz	Panel mit Marketing-Persönlichkeiten Moderation: Roger de Weck , Publizist
12.20	Mittagessen	
14.00	Was Marketing am meisten fehlt - kreative Führung	Michael Conrad Präsident der "Berlin School of Creative Leadership"
14.35	Marketing-Innovationen	Gerhard Berssenbrügge CEO, Nestlé Nespresso S.A., Paudex
15.10	Pause	
15.30	Exzellenz in der Selbstführung als Basis des Erfolges	Dr. Marco Freiherr von Münchhausen Trainer und Autor <u>Sein neuestes Buch: Wo die Seele auftankt – Die besten Möglichkeiten, Ihre Ressourcen zu aktivieren</u>
16.30	Ende der Tagung	

Tagungshonorar **Fr. 590.—** **für GfM-Mitglieder**
 Fr. 790.— für Nicht-GfM-Mitglieder
 Fr. 740.— für SMC-, SMG-, SMS-, SWA-, BR/SPRG- und SGO-Mitglieder

Inbegriffen sind: > Tagungsdokumentation
 > Pausenerfrischungen, Mittagessen (inkl. Getränke)

Das Tagungshonorar pro Teilnehmer wird nach Eingang der Anmeldung in Rechnung gestellt und ist nicht mehrwertsteuerpflichtig.

Anmeldung: **Am besten sofort, jedoch bitte bis spätestens 22. März 2006**
 - mit der beiliegenden Anmeldekarte
 - per e-mail: marlise.scheurmann@gfm.ch
 - per WorldWideWeb: <http://www.gfm.ch>

Annullierung: Bei schriftlicher Abmeldung bis 4 Wochen vor Beginn der Veranstaltung wird 10 % und bis 14 Tage vor Beginn der Veranstaltung wird 50 % der Teilnahmegebühr verrechnet. Bei späterer oder fehlender Abmeldung ist der volle Betrag zu bezahlen. Die Anmeldung kann übertragen werden.

Weitere Informationen erhalten Sie bei der Geschäftsstelle der GfM Schweizerischen Gesellschaft für Marketing, Zürich, Tel. 044 202 34 25, Fax 044 281 13 30 E-Mail: marlise.scheurmann@gfm.ch

Anmeldekarte zur 16. GfM Marketing Trend-Tagung vom 5. April 2006

Mitgliedschaft: *(Bitte Zutreffendes ankreuzen)*

	GfM	SMC	SMG	SMS	SWA	SGO	BR/SPRG
Name/Vorname _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-Mail _____							
Name/Vorname _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-Mail _____							
Firma _____							
Adresse _____							

Wir interessieren uns für eine GfM-Mitgliedschaft und bitten um Zustellung der Unterlagen.

Datum _____ **Unterschrift** _____

(Bitte in Blockschrift ausfüllen)