

# Marketing-Lehrgänge

Diplom-Lehrgänge:  
Marketingassistent/in

Merchandiser

Dialogmarketing Planer/in

Verkaufsmanager/in  
Detailhandel



## Weiter dank Bildung: Das Marketing heisst Sie herzlich willkommen!

Erfolgreiche Marketing- und Verkaufsstrategien spielen im harten Verdrängungswettbewerb eine immer wichtigere Rolle – Marketingfachleute sind deshalb gefragter denn je. Die Klubschule Business hat dies erkannt und bietet verschiedene Lehrgänge sowie Seminare im Bereich Marketing und Verkauf an. Der Diplom-Lehrgang **Marketingassistent/in** beinhaltet eine praxisorientierte und solide Grundausbildung und bildet eine optimale Ausgangslage für weitere Spezialisierungen. Der Diplom-Lehrgang **Merchandiser** richtet sich an Fachleute aus dem Detailhandel, welche sich im Bereich der Verkaufsförderung weiterbilden möchten (Merchandising).

Im Diplom-Lehrgang **Dialogmarketing Planer/in** lernen Sie, die Kommunikation mit Kunden und Interessengruppen zu initiieren und bestehende Kundenbeziehungen zu vertiefen. Sie lernen den richtigen Umgang mit Medieninstrumenten und stimmen die Massnahmen im Marketing-Mix optimal aufeinander ab. Dieser Lehrgang wurde in Kooperation mit der Schweizerischen Post entwickelt und ist vom Schweizer Direktmarketing Verband SDV zertifiziert.

Für angehende oder bestehende Führungspersonen im Detailhandel empfehlen wir den praxisorientierten Diplom-Lehrgang **Verkaufsmanager/in Detailhandel**. Dieser vermittelt Ihnen neue Kompetenzen sowie praxistaugliche Lösungen für den Berufsalltag und fördert zugleich Ihre Persönlichkeitsentwicklung. Sie gewinnen Sicherheit für die nicht immer einfachen Situationen im modernen Verkaufsumfeld.

Wenn Sie Ihre Fachkenntnisse in einzelnen Teilgebieten des Marketings und Verkaufs vertiefen möchten, steht Ihnen ein breites Seminarangebot zur Auswahl.

Wo möchten Sie in fünf Jahren beruflich stehen? Sie bestimmen Ihr Ziel. Die Klubschule Business unterstützt Sie dabei, dieses zu erreichen. Wählen Sie uns als Wegbegleiter und Coach, und profitieren Sie von mehr Bildung, mehr Professionalität, mehr Qualität, mehr Leistung:

- Praxisorientierte, kompetente Dozentinnen und Dozenten mit hohem Fachwissen
- National und international anerkannte Abschlüsse
- Moderne Infrastruktur und zentrale Lage
- Transparente, faire Preise

Schärfen Sie Ihr Profil. Planen Sie den nächsten Schritt in Ihrer Karriere. Kommen Sie zu uns. Ihre Klubschule Business



**Schärfen Sie Ihr Profil.**

Wenn Sie beruflich etwas erreichen wollen – die Klubschule Business eröffnet neue Perspektiven!  
[www.klubschule.ch/business](http://www.klubschule.ch/business)

**klubschule**  
**business** **MIGROS**



## Inhaltsverzeichnis

	Seite
■ <b>Diplom-Lehrgang «Marketingassistent/in»</b>	<b>4</b>
■ <b>Diplom-Lehrgang «Merchandiser»</b>	<b>6</b>
■ <b>Diplom-Lehrgang «Dialogmarketing Planer/in»</b>	<b>8</b>
■ <b>Diplom-Lehrgang «Verkaufsmanager/in Detailhandel»</b>	<b>11</b>
■ <b>Informationen</b>	<b>13</b>
■ <b>Seminare</b>	<b>14</b>

	<b>Einstieg</b>	<b>Basis Diplom der Klubschule Business</b>	<b>Vertiefungsseminare</b>
<b>Marketing und Verkauf</b>	Basiswissen Marketing, Verkauf, Public Relations, Sponsoring etc.	Marketingassistent/in Merchandiser Verkaufsmanager/in Detailhandel Dialogmarketing Planer/in	Kreativitätstechnik im Marketing, Suchmaschinen- marketing, Suchmaschinenopti- mierung, Verkauf etc.

## Diplom-Lehrgang «Marketingassistent/in»

Mit dem Diplom-Lehrgang «Marketingassistent/in» bietet die Klubschule Business eine praxisbezogene Grundausbildung im Bereich Marketing an. Inputs aus der Praxis für konkret umsetzbare Outputs in Ihrer Praxis.

### Zielgruppe

Der Diplom-Lehrgang «Marketingassistent/in» richtet sich an engagierte Berufstätige, die rasch und intensiv praxisorientiertes Marketingwissen erwerben wollen, um Ihre berufliche Entwicklung zu fördern und die Chancen für eine Neuorientierung zu verbessern.

Zur Zielgruppe des Diplom-Lehrgangs zählen:

- Sachbearbeiter/innen oder Assistent/innen
- Personen mit kaufmännischer Basisausbildung
- Geschäftsführer/innen und Verantwortliche von KMUs
- Berufsleute mit Interesse an Marketing

### Lernziele

Nach Abschluss des Diplom-Lehrgangs «Marketingassistent/in»:

- besitzen Sie Grundkenntnisse für den Einstieg ins Marketing
- verfügen Sie über grundlegende Marketingkenntnisse und -fähigkeiten
- verstehen Sie die Zusammenhänge und Abläufe im Marketing
- kennen Sie das Wesen und die Einsatzmöglichkeiten differenzierter Marketinginstrumente
- können Sie in Ihrer Arbeitspraxis fundiertes Marketingwissen anwenden
- profitieren Sie von erhöhter Sicherheit und Kompetenz in Ihrer Arbeit
- sind Sie qualifiziert für weiterführende Marketing-Ausbildungen

### Inhalt

Der Diplom-Lehrgang «Marketingassistent/in» umfasst inkl. Prüfungen 119 Lektionen:

#### ■ Marketing-Grundlagen

Verständnis des Begriffs und der Grundhaltungen im Marketing, Erkennen der Elemente und des Beziehungsnetzes im Unternehmen, professionelle Zielgruppendefinition, Basis-Know-how über Marktforschungsmethoden, Marketing-Mix und Elemente der Marketing-Infrastruktur (12 Lektionen)

#### ■ Finanz- und Rechnungswesen

Überprüfung der Wirtschaftlichkeit geplanter Marketingmassnahmen, Zahlenverständnis als Voraussetzung für ein erfolgreiches Unternehmen, Kalkulation im Handelsbetrieb und Berechnung von Nutzschwelen (12 Lektionen)



### Isatou M. Jallow

Teilnehmerin

Event-Marketing hat es der Junior Produktmanagerin für Management & Wirtschaft bei der Koordinationsstelle der Klubschule Business besonders angetan. Das wurde ihr während der 6-monatigen Ausbildung zur Marketingassistentin bewusst. Sie erlebte den Lehrgang als spannenden Einstieg ins Marketing, der ihr Sicherheit und neue Impulse mitgegeben hat. Als sehr hilfreich beurteilt sie die regelmässigen Gruppenarbeiten. Und begeistert war sie vom Praxisbezug, der kein leeres Schlagwort, sondern eine tatsächliche Stärke der qualifizierten Dozenten war. Da sie die Verantwortlichen des Lehrganges persönlich kannte, hatte sie hohe Erwartungen an Qualität und Konzeption. Das Vertrauen hat sich gelohnt: Sie lobt den Lehrgangsinhalt, das Preis/Leistungsverhältnis und die Infrastruktur der Klubschule. Prädikat wertvoll!



## Inhalt

- **Präsentationstechnik und Rhetorik**  
Grundlegende Aspekte der Präsentationstechnik, Wahl und Anwendung geeigneter Präsentationshilfsmittel, Erarbeitung eines themenbezogenen Kurzvortrags, Kenntnis und Anwendung der wichtigsten Rhetorikgrundsätze (8 Lektionen)
- **Marketingkonzept und -strategie**  
Verständnis für den Ablauf von der Unternehmensstrategie bis zur operativen Planung, systematisches Vorgehen bei der Erstellung eines Marketingkonzepts, Entwicklung von Wettbewerbsstrategien, Definition von Zielsetzungen und Diskussion von Musterlösungen zu einem Marketingkonzept (12 Lektionen)
- **Marketingforschung**  
Pragmatische Umsetzung von Marktforschungsmethoden für mittlere und kleinere Unternehmen, Ausschöpfung vorhandener Marketinginformationen inner- und ausserhalb des Unternehmens und Instrumente der qualitativen Untersuchungen kennen und schätzen lernen (12 Lektionen)
- **Marketing-Mix und -Instrumente**  
Der Marketing-Mix als strategisches Führungsinstrument, Auswirkungen von Preis und Konditionen, Bedeutung der Marke, Kommunikationsinstrumente und ihre Zielwirkungen, Globale Vertriebsarten und Grundzüge des Verkaufs und Möglichkeiten der Marketingkontrolle (12 Lektionen)
- **Verkaufsplanung und Verkaufstechnik**  
Bedeutung des Verkaufs für das Gesamtunternehmen, zielgerichtete Mitgestaltung der Verkaufsplanung inkl. CRM-Massnahmen, erkennen unterschiedlicher Kundencharaktere und die auf spezifische Kundenprofile abgestimmte kommunikative Ansprache (16 Lektionen)
- **Werbung und Public Relations**  
Bedeutung und Wirkung von Werbung und PR, Verständnis für integrale Kommunikationsprozesse, Übersicht über die Struktur der Medialandschaft Schweiz, Mediaforschung und -konsum, Kriterien zur Beurteilung von Werbung, Stufen der Werbegestaltung, Elemente eines Agenturbriefings, Quellen des Werberechts, Produktion von Werbung, Planung und Durchführung von einfachen PR-Massnahmen (16 Lektionen)
- **Promotions, Events und E-Business**  
Umsetzung einfacher Verkaufsförderungsaufgaben im eigenen Unternehmen, Kreation und Planung von Promotionsideen und Events, Erfahrung mit Kreativitätstechniken, Verständnis für das Zusammenspiel von Werbung und Verkaufsförderung inkl. Integration von E-Business-Anwendungen (16 Lektionen)

## Abschluss/Diplom

Teilnehmende, die 80 Prozent der Lektionen des Unterrichts besucht und die Abschlussprüfungen bestanden haben, erhalten das Diplom «Marketingassistent/in» der Klubschule Business.

## Diplom-Lehrgang «Merchandiser»

Der Diplom-Lehrgang «Merchandiser» ist in der Schweiz einzigartig. Durch systematische Ladenanalysen lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die wichtigsten Merkmale des Merchandising kennen und können Verkaufsförderungsmassnahmen gezielt umsetzen.

### Zielgruppe

Die Ausbildung «Merchandiser» richtet sich an berufstätige Erwachsene mit abgeschlossener Berufsausbildung und Erfahrung im Detailhandel mit guten Kenntnissen des Verkaufsumfeldes.

Zur Zielgruppe des Diplom-Lehrgangs zählen:

- Detailhandelsfachmänner/-frauen oder Detailhandelsangestellte
- Verkäufer/innen
- Dekorationsgestalter/innen oder Innendekorateur/innen
- Absolvent/innen einer kaufmännischen Schule
- Geschäftsführer/innen und Verantwortliche in Detailhandelsbetrieben der KMU

### Lernziele

Nach Abschluss des Diplom-Lehrgangs «Merchandiser»:

- besitzen Sie das nötige Augenmass für die richtige Anordnung und den Aufbau von Verkaufsgestellen und sind Spezialist/in für Promotionseinrichtungen
- können Sie Merchandising-Konzepte erstellen und umsetzen
- verfügen Sie über das notwendige Know-how, um aus einer Verkaufsfläche mehr herauszuholen  
verstehen Sie, wie wichtig es ist, die Ware gezielt auszuleuchten
- ist Ihnen bewusst, wie zentral eine gute Zusammenarbeit mit dem Ladenpersonal und dem Marketing ist
- vermitteln Sie gekonnt notwendige Verkaufsinformationen, zum Beispiel bei Produkteneuheiten
- kennen Sie die Vielfalt von Verkaufshilfen und können diese gezielt am POP/POS/POI einsetzen
- können Sie Promotions- und Verkaufsförderungsveranstaltungen erfolgreich planen und durchführen
- sind Sie in der Lage, Informationen zu diversen Fragestellungen in Ihrem Berufsalltag selbständig zu beschaffen

### Inhalt

Der Diplom-Lehrgang «Merchandiser» umfasst inkl. Prüfungen 180 Lektionen:

- **Präsentations- und Arbeitstechnik**  
Grundlegende Aspekte der Präsentationstechnik, Kenntnis und Anwendung der wichtigsten Rhetorikgrundsätze (4 Lektionen)



### Kim Affolter, Teilnehmer

Projektleiter-Assistent, Office World AG

«Der Lehrgang Merchandiser der Klubschule Business ist ein innovatives Angebot – und das einzige dieser Art in der Schweiz. Im Zentrum der Ausbildung als Merchandising-Architekt stehen Verkaufspsychologie und Verkaufsförderung, Corporate Identity, Design- und Marketing-Kommunikation», erklärt Kim Affolter von Office World Schweiz. Der gelernte Schreiner und Experte für Verkaufsförderung sieht Merchandising als vielseitiges und kreatives Mittel zur Realisierung der Verkaufsstrategie und gezielter Kundenbindung. «Wenn es kompetent gemacht wird, bringt Merchandising erheblich mehr Umsatz und zufriedenerere Stammkunden». Als essentiell für den Unterricht empfand er die klare Praxisorientierung, die von den Lehrpersonen laufend verstärkt wird. Auch das Preis-/Leistungsverhältnis stimmt.



## Inhalt

- **Merchandising**  
Einführung ins Merchandising, Aufbau und Organisation der Unternehmung, Markt im Umbruch «schöne Läden lächeln immer» (4 Lektionen)
- **Der Konsument**  
Erwartungen, Bedürfnisse, Motive, Trends, Zielgruppen und Kundentypen (8 Lektionen)
- **Die Unternehmung**  
Unternehmensphilosophie, Marketingkonzept zur Erfüllung der Erwartungen, Branchen, Theken und Loop-Läden (4 Lektionen)
- **Corporate Identity**  
Profil, Dialog mit dem Konsumenten, Corporate Culture, Inszenierung (Verkaufsraum als Bühne, Übersicht, Milieus, Erlebnis, Events), Konsumententypologien und Nutzungskonzept (20 Lektionen)
- **Grundleistungsmarketing**  
Management, Information, Botschaft, Mitarbeitende (Werte, Motivation), Raum, Sortiment (Sortimentsplan), Einrichtung (16 Lektionen)
- **Designmarketing**  
Designmanagement, Designbotschaft, Erscheinungsform der Mitarbeitenden, Gestaltungsbereich Verkaufsraum, Gestaltungsmittel Ware, Bilderwelten, Warenträger, Material, Farbe und Licht (32 Lektionen)
- **Kommunikationsmarketing**  
Dynamik, Sympathie, Anmutung, Kundenleitweg, Kundenleithilfen, Kundenplanung, Verkaufsraum-Bewertung (Ladenanalyse), Warenplatzierung und Warenleitbilder (20 Lektionen)
- **Verkaufsförderung**  
Verkaufsförderung, Mittel und Massnahmen der Verkaufsförderung, Planung, Konzeption, Durchführung, Kontrolle, Budget, Flächenleistung und Verkaufsförderungs-Handbuch (20 Lektionen)
- **Praxis-Cases**  
Digitale Fotografie, Laborladen, Projektarbeit, Konkurrenzanalysen, Kreativitätstechniken, Beleuchtung (48 Lektionen)

## Abschluss/Diplom

Teilnehmende, die 80 Prozent des Unterrichts besucht und die Abschlussprüfungen bestanden haben, erhalten das Diplom «Merchandiser» der Klubschule Business.

## Diplom-Lehrgang «Dialogmarketing Planer/in»

Der praxisnahe Diplom-Lehrgang «Dialogmarketing Planer/in» bietet eine solide Basis im Direktmarketing. Gleichzeitig beinhaltet er eine Spezialisierung auf den professionellen Umgang mit verschiedenen Print- wie auch Online-Medieninstrumenten. Dialogmarketing Planer/innen werden darauf sensibilisiert und ausgebildet, Zielgruppen angemessen und persönlich anzusprechen.

Geeignet ist die Ausbildung auch für Quereinsteiger und Marketing-Allrounder, die ihre Kompetenzen erweitern wollen. Der Lehrgang entstand in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post, PostMail und ist vom Schweizer Direktmarketing Verband SDV zertifiziert.



### Zielgruppe

Der Diplom-Lehrgang «Dialogmarketing Planer/in» richtet sich an Berufstätige, die sich auf dem Gebiet der interaktiven Kommunikation mit potenziellen und bestehenden Kunden spezialisieren möchten.

Zur Zielgruppe des Diplom-Lehrgangs zählen:

- Personen mit kaufmännischer Basisausbildung
- Marketing-Allrounder
- Geschäftsführer/innen und Verantwortliche von KMUs
- Berufsleute mit Interesse an Marketing

### Lernziele

Nach Abschluss des Diplom-Lehrgangs «Dialogmarketing Planer/in»:

- besitzen Sie die Fähigkeit zur Auswahl und Zusammenführung marketingrelevanter Daten und weisen die nötige Sicherheit in der Anwendung von Direktmarketing-Analysemethoden auf
- sind Sie vertraut mit dem Aufbau und dem Umgang von Adressdatenbanken, verstehen den Database-Marketing-Regelkreis und wissen um dessen Bedeutung
- entwickeln Sie ein ganzheitliches Verständnis der Marketingstrategie in der Analyse, Konzeption und Umsetzung und verstehen die Aufgabe und Integration des Dialogmarketings im Marketing-Gesamt-Konzept
- besitzen Sie Kenntnisse der Marketing-Mix-Instrumente und sind in der Lage, das Direktmarketing darin (und insbesondere in der Kommunikation) sinnvoll einzugliedern
- wirken Sie bei der Entwicklung von Direktmarketing-Konzepten mit und sind fähig, deren Umsetzung selbstständig zu planen, zu gestalten und durchzuführen



### Dr. Christian Huldi

Geschäftsführer dr.huldi.management.ch ag und  
Vorstandsmitglied im Schweizer Direktmarketing Verband (SDV)

«Dank der Zusammenarbeit des SDV mit der Klubschule Business konnte eine fundierte, praxisorientierte Ausbildung entwickelt werden, die im zukunftsgerichteten Gebiet des Dialogmarketings in der Schweiz bisher fehlte,» freut sich Dr. Christian Huldi. Aus der Symbiose von Bildungsinstitution und Praxis-Verband ergibt sich gemäss Dr. Huldi ein einzigartiges Modell, das die Stärken der beiden Partner in sich vereint: die schweizweite Präsenz, die Beratungskompetenz und die langjährige Erfahrung der Klubschule Business auf der einen, die Fachkompetenz und das Praxiswissen des SDV auf der anderen Seite. Als Vertreter der Branche ist Dr. Huldi überzeugt, dass der vom SDV anerkannte Lehrgang Dialogmarketing Planer/in den Absolventinnen und Absolventen dank sofort umsetzbarem Praxiswissen beste Berufschancen bietet. Denn der langfristige und professionelle Dialog mit dem Kunden ist wichtiger denn je.



## Lernziele

- sind Sie in der Lage, die Planung und Koordination mit internen und externen Ansprechpartnern zu organisieren, können sicher und situationsgerecht gegen innen und aussen kommunizieren und gehen sorgfältig mit sensiblen Daten um

## Inhalt

Der Diplom-Lehrgang «Dialogmarketing Planer/in» umfasst inkl. Prüfungen 164 Lektionen:

### ■ Marketing-Grundlagen (optional)

Architektur des Marketings, Definition und Geschichte, Verständnis des Marktes als System, Segmentierung, Elemente des Marketing-Mix, Produkt- und Preispolitik, Bedeutung von Distribution und Standort, Einführung in die Marktforschung und Marketing-Kommunikation, PR, Werbung und Werbeplanung, Verständnis der Begriffe Verkaufsförderung, Verkauf und Verkaufsstufenplanung (16 Lektionen)

### ■ Direktmarketing-Grundlagen

Analyse der aktuellen Herausforderungen in Marketing, Kommunikation und Verkauf, Einsatz von Studien für Direktmarketing-Aktionen und anderer Studien, Bedeutung einer Marketingstrategie, Grundlagen, Prozesse und Definitionen von Direktmarketing, Kundenlebenszyklus, Ziele und Zielgruppen, Dialog-Medien im Überblick, Direktmarketing im Kommunikations-Mix, Notwendigkeit der Integrierten Kommunikation, zeitliche Planung / Prozessdarstellung (16 Lektionen)

### ■ Direktmarketing-Konzept

Grundlagen und Grundidee des Direktmarketing-Konzeptes / Kampagnenmanagement, die Schritte einer Direktmarketing-Konzepterstellung im Überblick, Test-Möglichkeiten, Zusammenarbeit mit Agenturen und externen Dienstleistern, Kosten und Budgetierung, Planung (16 Lektionen)

### ■ Adress-Management / Database-Marketing (DBM)

Einordnung und Bedeutung von Adressen und Datenbanken im Direktmarketing, der geschlossene Regelkreis als Grundidee des DBM, Inhalt einer Direktmarketing-Datenbank, Funktionen einer DBM-Lösung, Datenquellen und Datenbeschaffung, Unterschied von Consumer- und Businessadressen, Daten- und Adresspflege, Zusammenarbeit mit Adresslieferanten, Robinsonliste, Möglichkeiten der Datenanalyse: von beschreibender Statistik zum DataMining und Geomarketing, Überblick zum Thema Software (16 Lektionen)

### ■ Rechtliche Aspekte

Neues Datenschutzgesetz (DSG), Werberecht (unlauterer Wettbewerb), Antispam-Gesetz (8 Lektionen)

### ■ Präsentationstechnik und Rhetorik

Grundlegende Aspekte der Präsentationstechnik, Wahl und Anwendung geeigneter Präsentationshilfsmittel, Erarbeitung eines themenbezogenen Kurzvortrags, Kenntnis und Anwendung der wichtigsten Rhetorikgrundsätze (8 Lektionen)

### ■ Adressierte Mailings und unadressierte Werbemittel

Mailingbestandteile im Überblick, die wichtigsten Aspekte, die es zu beachten gilt, Realisation und Produktion (Drucktechniken, Individualisierung / Personalisierung), Möglichkeiten und Grenzen von Mailings in Produktion, Lettershop und Versand, Warenmuster und Verstärker (16 Lektionen)

### ■ E-Mail und Online Marketing

Online-Dialogmarketing im Überblick (inkl. Suchmaschinen-Marketing), Gestalten und Aufbau von E-Mail-Kampagnen, Permission-Marketing / Spam, E-Mail-Adressen, Formate und Software, Newsletter: do's and dont's (16 Lektionen)



## Inhalt

- **Telefonmarketing**  
Telefonmarketing-Kampagnen (Inbound, Outbound), Bedeutung von Schulung und Gesprächsleitfaden. (8 Lektionen)
- **Mobile Marketing**  
Mobile Marketing und SMS-Kampagnen, technische Möglichkeiten, Zusammenarbeit mit externen Anbietern wie Callcenter und Mobile-Marketing-Agenturen (8 Lektionen)
- **Weitere Dialogmedien**  
Bedeutung und Wirkung von Direct Sales, Teleshopping, Couponing, Messen und Katalogmarketing (4 Lektionen)
- **Responsemanagement**  
Informationen zu Responsehandling, Fulfillment, Retouren und Kundendienst (4 Lektionen)
- **Erfolgskontrolle**  
Bedeutung der Erfolgskontrolle, Werbeerfolgskontrolle in Theorie und Praxis, die wichtigsten Erfolgskennzahlen im Direktmarketing, Aufbau und Interpretation von Testanlagen (12 Lektionen)
- **Kreation und Texten**  
Grundlagen des Textens und der Gestaltung von Dialogmarketing-Medien, Vorgehen: vom Rohtext zum Verkaufstext, Tipps und Tricks, wahrnehmungspsychologische Mechanismen in der Gestaltung (12 Lektionen)

## Abschluss/Diplom

Teilnehmende, die 80 Prozent des Unterrichts besucht und die Abschlussprüfungen bestanden haben, erhalten das Diplom «Dialogmarketing Planer/in» der Klubschule Business sowie ein Diplom des SDV. Die Zertifizierung des Lehrganges durch die Federation of European direct and interactive marketing (FEDMA) ist beantragt.



Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs werden prüfungsfrei (Voraussetzungen: Mindestalter 25, 4 Jahre Erfahrung im Direktmarketing, spezielle Anforderungen an die Diplomarbeit) zum NDS der KS Kaderschulen zum dipl. Direktmarketing-Manager/in HF zugelassen. Weitere Informationen erhalten Sie bei einem persönlichen Beratungsgespräch.



## Monika Stähli

Senior Consultant Direct Marketing, die Schweizerische Post

Dialogmarketing ist persönlich, messbar und wirkt nachhaltig – einige Gründe, warum Monika Stähli sich dafür einsetzt, dass diese wachsende Mediengattung mehr Gewicht in der Ausbildungslandschaft erhält. Das Konzept des neuen Lehrgangs – so viel Theorie wie nötig, so viel Praxis wie möglich – hat die Dialogmarketing-Fachfrau überzeugt. «Dialogmedien werden im Marketing- und Medienmix immer wichtiger, deshalb sind Fachpersonen, die gutes Dialogmarketing machen, sehr gefragt. Die Budgets für Dialogmarketing wachsen, das ist ein deutliches Zeichen», weiss die Marketingspezialistin. «Der neue Lehrgang resultiert aus der guten Zusammenarbeit der Klubschule Business, der Schweizerischen Post und dem Schweizer Direktmarketing Verband. Er ist eine ideale Vorbereitung auf die Anforderungen von Marketingabteilungen und -agenturen.» Keine Frage, Monika Stähli freut sich auf die Dialogmarketing-Profis von morgen.

## Verkaufsmanager/in Detailhandel

Die Anforderungen an Mitarbeitende im Detailhandel steigen kontinuierlich. Der Diplom-Lehrgang Verkaufsmanager/in Detailhandel wurde speziell für Praktiker entwickelt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erlernen die theoretischen Hintergründe und die praktischen Werkzeuge für ihr Handeln im beruflichen Alltag. Zudem werden in diesem Lehrgang diverse Methoden für den sicheren Umgang mit den Mitarbeitenden und eine gezielte Persönlichkeitsentwicklung intensiv geschult. Der Lehrgang vermittelt ihnen Sicherheit in Kommunikations- und Marketingfragen sowie Vertrauen in die eigene Arbeit.

### Zielgruppe

Der Diplom-Lehrgang Verkaufsmanger/in Detailhandel richtet sich an Personen, die eine Führungsfunktion im Detailhandel ausüben oder eine Führungsposition anstreben.

Zur Zielgruppe des Diplomlehrgangs zählen:

- Personen die Führungsaufgaben im Detailhandel bereits ausüben oder in Zukunft ausüben möchten
- Berufsleute mit mindestens zwei Jahren Berufspraxis im Detailhandel
- Fachkräfte die heute schon oder in Zukunft als Inhaber/in, Geschäftsführer/in, Filialleiter/in, Ladenchef/in oder Abteilungsleiter/in tätig sind oder es werden möchten
- Personen, die sich für eine gezielte Führungsausbildung im Detailhandel mit starkem Praxisbezug interessieren und sich in Ihrer Persönlichkeit weiterentwickeln wollen

### Lernziele

Nach Abschluss des Diplom-Lehrgangs «Verkaufsmanager/in Detailhandel»:

- sind Sie in der Lage, Kommunikation in der Führungsarbeit gezielt einzusetzen und können im Ladenalltag richtig delegieren
- verstehen Sie es, Ihre Verkaufsmitarbeiter/innen kontinuierlich zu motivieren
- können Sie einfache Verkaufsplanungsschritte im Detailhandel einleiten
- wenden Sie Kreativitätstechniken für branchenspezifische Promotion und Verkaufsförderung an
- wissen Sie, wie erfolgreiche Promotionsplanung im Detailhandel funktioniert
- kennen Sie effiziente Arbeitstechniken für Führungspersönlichkeiten
- sind Sie mit der Ablauforganisation im Detailhandel vertraut
- ist Ihnen klar, wie Sie mit einfachen Marktforschungsprojekten mehr Kundenwissen generieren



### Simon Niederhauser

Fachberater der Marketinglehrgänge

Als die Idee zu diesem Lehrgang vor bald drei Jahren heranreifte, hatte ich nicht zuletzt auch das Ziel, dass diese Weiterbildung die Teilnehmer/innen in ihrer Persönlichkeitsentwicklung fördert. Die hier erworbenen Fähigkeiten sollten Menschen mit Führungsverantwortung im Detailhandel die nötige Sicherheit für die nicht immer einfachen Situationen im modernen Verkaufsumfeld geben. Zum Schluss jedes Lehrgangs frage ich alle, was sie denn aus dieser Weiterbildung mit auf ihren weiteren Karriereweg nehmen. Die meisten sagen: «Ich bin persönlich weitergekommen, ich habe an Sicherheit gewonnen, ich kann nun kompetent mithalten.» Die Idee lebt! Eine Idee, die dem Detailhandel in der Schweiz wie den Mitarbeiter/innen nützt.

## Inhalt

Der Diplom-Lehrgang «Verkaufsmanager/in Detailhandel» umfasst inkl. Prüfungen 99 Lektionen.

### ■ Arbeitstechnik

Lernvorgehen, Motivation, Lernkompetenzen und Lerntypen, Lerntagebuch und Reflexion (4 Lektionen)

### ■ Kommunikation und Führung

Präsentationstechniken, verschiedene Arten der Kommunikation, Kommunikation und ihre Auswirkungen auf die Mitarbeitenden, Führungsstile und eruiere des eigenen Führungsstils, Regelkreis der Mitarbeiterführung, Gespräche mit Mitarbeitenden, Mobbing und Belästigung am Arbeitsplatz (28 Lektionen)

### ■ Organisation im Detailhandel

Organigramme lesen und interpretieren, Hierarchien und Führungsspanne, Erstellung von Personaleinsatzplänen, Projektorganisation, Funktionsdiagramme, Organisation von Sitzungen, Protokollführung (8 Lektionen)

### ■ Marktforschung im Detailhandel

Aufgaben und Zweck der Marktforschung, qualitative und quantitative Marktforschung, Marktanalyse, -beobachtung und -prognose, geeignete Marktforschungsmethoden für den Detailhandel, Auswertungen sowie Ableitung von Massnahmen und Standards, Qualitätssicherung (12 Lektionen)

### ■ Verkaufsplanung im Detailhandel

Das Verkaufsplanungskonzept, die Verkaufsziele und die Verkaufsstrategie im Detailhandel, Umsatz und Absatzplanung, Entlohnungs- und Motivationsplanung, Verkaufshilfsmittelplanung (12 Lektionen)

### ■ Kundenbegeisterung im Detailhandel

Zusammenhang zwischen Kundenbegeisterung und Kundenerwartung, KANO-Modell zur Analyse von Kundenwünschen, Kreativitätstechniken und Integration der Kreativität im Führungsalltag, Promotionskonzept und Planung von Kundenereignissen (16 Lektionen)

### ■ Personalauswahl im Detailhandel

Personalplanung und -Auswahl, interne und externe Personalbeschaffung, Prüfung von Bewerbungsdossiers, Bewerbungsgespräche, Einführungspläne für neue Mitarbeitende, rechtliche und berufliche Aspekte der Probezeit (12 Lektionen)

## Selbstständige Lernzeit

Die Arbeitstage im Detailhandel sind lange und anstrengend. Daher wurde bei der Ausgestaltung des Lehrganges sorgfältig darauf geachtet, dass die Hausaufgaben nebst der beruflichen Belastung erledigt werden können.

## Weitere nützliche Informationen

### Ihre Investition

- Die Lehrgänge erfordern zusätzlichen Aufwand für das Heimstudium. Planen Sie deshalb genügend Zeit für selbstständiges Lernen sowie für die Bearbeitung von Diplom- und Projektarbeit ein.
- Details zu den Lehrgängen (Kosten, Startdaten, Durchführungsorte) finden Sie im nächsten Klubschulcenter oder im Internet unter [www.klubschule.ch/business](http://www.klubschule.ch/business).

### Ihr nächster Schritt

- Besuchen Sie unsere Informationsveranstaltungen. Die entsprechenden Daten finden Sie unter [www.klubschule.ch/business](http://www.klubschule.ch/business).
- Stellen Sie uns Ihre Fragen – wir beantworten sie Ihnen gerne in einem persönlichen Beratungsgespräch. Wir freuen uns auf Ihren Besuch an unserer Schule.

### Qualitätssicherung



Das Zertifizierungsverfahren eduQua wurde von Bund und Kantonen entwickelt, um die Qualität von Weiterbildungsinstitutionen zu messen. Geprüft werden Qualifikation der Lehrkräfte, Transparenz des Angebots, Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden, Lernerfolg und vieles mehr. Damit wird mehr Transparenz für die Konsumentinnen und Konsumenten geschaffen. Die Klubschule Business ist sich ihrer Verantwortung bewusst, die sie als grösste Erwachsenenbildungsinstitution trägt. Deshalb sind auch alle Klubschulen Business eduQua-zertifiziert und überprüfen laufend die Qualität ihrer Angebote.

## Dozenten

Know-how aus der Praxis!

Unsere Dozentinnen und Dozenten verfügen über mehrjährige Praxiserfahrung in ihrem Fachbereich. Sie verstehen es, Ihnen die Faszination des Marketings und Verkaufs auf eine interessante und praxisbezogene Art und Weise zu vermitteln.

## Methodik/Didaktik

Während der gesamten Dauer der Lehrgänge steht die Praxisnähe im Vordergrund. Deshalb werden die Studierenden von Dozentinnen und Dozenten mit grosser Praxiserfahrung in ihrem Fachbereich unterrichtet. Besuche von ausgewählten Firmen garantieren eine abwechslungsreiche Erarbeitung des vermittelten Lernstoffes. Eine Theorieprüfung und Diplomarbeit schliessen die Lehrgänge ab.



### Anita Wüthrich

Verkäuferin und Visagistin

Vor bald 19 Jahren hatte sie als Angestellte alleine begonnen, heute managt die gelernte Verkäuferin und Visagistin ein vierköpfiges Team von Teilzeitmitarbeiterinnen. Anita Wüthrich wollte sich weder für neue Führungsaufgaben noch für einen anderen Job entscheiden, als sie nach reiflicher Überlegung die Weiterbildung zur Verkaufsmanagerin Detailhandel buchte. „Meine Arbeit bereite mir nach wie vor Spass, aber es war an der Zeit mich weiter zu entwickeln. Ich wollte wissen, wie ich manches im Alltag kompetenter bewältigen könnte.“ Genau dies ist ihr zur vollen Zufriedenheit gelungen. „Schon nach den ersten Lektionen in Führung und Kommunikation ging ich anders auf meine Kolleginnen und Kollegen zu. Ich fühlte mich in vielen Situationen sicherer. Ich weiss heute, wie ich mit meinen Mitarbeitenden Missstände besprechen und Ungereimtheiten professionell und mit persönlichem Respekt lösen kann.“

## Seminare

### Basiswissen Marketing (16 Lektionen)

Reizt Sie Marketing? Dieses Seminar stellt Instrumente, Strategien und wichtige Fachbegriffe des Marketings vor. In Zukunft können Sie Ihre Massnahmen selber planen und durchführen. Sie erhalten viele konkrete und clevere Tipps und Ideen aus dem Marketingbereich. Mit einem Praxispezialisten erarbeiten Sie ein Marketingkonzept, aktuelle Fallstudien sowie verschiedene Massnahmen innerhalb der einzelnen Marketinginstrumente. Begriffe wie SWOT-Analyse und TKP gehören danach selbstverständlich zu Ihrem Vokabular.

### Verkauf im Innen- und Aussendienst (16 Lektionen)

Sie suchen den schnellen Einstieg in den Verkauf (Aussen- oder Innendienst). Als kaufmännisch ausgebildete Person wollen Sie Neues in Angriff nehmen und beruflich weiterkommen. In diesem zweitägigen Intensivseminar dreht sich alles um die heute geforderten Schlüsselkompetenzen im Verkauf. In Präsentationen, Rollenspielen und Einzelaufgaben arbeiten Sie gezielt an Ihrem eigenen Profil als zukünftig erfolgreiche/r Verkäufer/in. Die praxisorientierten Methoden der Wissensvermittlung zeigen auf, wie Sie die verschiedenen Fachbereiche geschickt kombinieren und anwenden können.

### Public Relations (36 Lektionen)

Heute reden alle von Public Relations (PR), Marketing und Werbung. Aber wer weiss schon genau, was tatsächlich dahinter steckt? Das Seminar erklärt, wo sich die drei Disziplinen überschneiden und wo sie sich klar unterscheiden – der erste Schritt zur erfolgreichen Kommunikation mit Kunden und Märkten. Die Teilnehmenden verstehen die Bedeutung von Kommunikationszielen und Zielgruppen und lernen, diese selbst festzulegen. Ideal für ambitionierte Anfänger/innen, die einen sicheren Überblick über das weite Feld der PR gewinnen wollen. Für den Praxisbezug sorgen ein PR-Projekt und Fallstudien.

### Sponsoring (36 Lektionen)

Sie wollen sich im Bereich Sponsoring engagieren und suchen einen soliden Einstieg in diese besondere Kommunikationsdisziplin. Das Seminar bietet einen vertieften Einblick: Sie verstehen den Unterschied zwischen Sponsoring und Mäzenatentum, lernen die verschiedenen Sponsoringarten und -bereiche kennen und erfahren, wann und wie Sie diese vielfältige Disziplin gewinnbringend einsetzen. Zu den Hauptthemen zählen die professionelle Sponsorsuche und der richtige Umgang mit einem Sponsoring-Partner. Für den Praxisbezug sorgen Fallstudien und ein Sponsoring-Projekt.



**Kreativitätstechnik  
im Marketing**  
(8 Lektionen)

Sei es für Promotionen, Werbe- und PR-Massnahmen oder für Network-Lösungen im Bereich Verkaufsförderung/Verkauf. Gute Ideen fallen höchst selten vom Himmel. Mit einer spielerischen, einfachen Kreativitätsmethode, entwickelt von einem Marketing- und Ideenspezialisten, bringen Sie garantiert frische Ideen in Ihren Marketingalltag.

**Suchmaschinenmarketing**  
(8 Lektionen)

Sie werden Ihr Suchmaschinen-Marketing strategisch planen und mit Agenturen optimal umsetzen: Durch die Erfolgsgeschichte von Google ist Suchmaschinen-Marketing heute eine feste Größe im Marketing-Mix vieler Unternehmen. Dank performance-basiertem Tracking erhalten Unternehmen Zugang zu einer Vielzahl an Kunden und teilweise sogar zu neuen Zielgruppen. Es geht nicht länger nur um die Auffindbarkeit und Sichtbarkeit der eigenen Website. Auch die Umwandlungsrate vom Besucher zum Kunden sowie das Verhältnis des eingesetzten Budgets zum erzielten Ertrag gewinnen zunehmend an Bedeutung.

**Suchmaschinenoptimierung**  
(8 Lektionen)

Clever platziert ist halb gewonnen: Die meisten Internet-Nutzer beginnen ihre themenbezogenen Recherchen über eine Suchmaschine. Wenn Ihre Firma hier unter den ersten Ergebnissen erscheint, gewinnen Sie neues Umsatzpotenzial. Gute Platzierungen sind das Resultat zielgerichteter Suchmaschinenoptimierung. Daher ist ein grundlegendes Verständnis der Funktionsweise von Suchmaschinen essentiell, damit Ihre Homepage für Kunden unter den möglichen Suchbegriffen rasch auffindbar ist. Betrachten Sie Ihre Website mit den Augen einer Suchmaschine und finden Sie so Ansatzpunkte für eine erfolgreiche Optimierung.



**Mirco Marzola**  
Dozent Merchandising

Seit der Stunde null mit im Boot: Vor vier Jahren wurde Mirco Marzola von der Klubschule Business angefragt, ob er den Lehrgang Merchandiser mit konzipieren und unterrichten würde. Gefragt – getan. Seit drei Jahren unterrichtet der erfahrene Merchandiser das innovative Angebot der Klubschule Business. «Die Aufgabe als Lehrperson hält mich fit. Den Austausch mit den Kursteilnehmenden erlebe ich als motivierend und bereichernd. Ausgangspunkt für die professionelle Arbeit als Merchandiser ist eine präzise und geübte «Wahrnehmungsfähigkeit», erklärt Mirco Marzola. Einen Verkaufsraum richtig wahrnehmen und professionell beurteilen ist für ihn bereits die halbe Miete. Das erforderliche räumliche Denken und die Beurteilungskompetenz werden zusammen mit der notwendigen Theorie im sechsmonatigen Lehrgang erlernt. «Merchandising» wird von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich verstanden. Wirksames Merchandising beginnt jedoch bereits mit der Ladenarchitektur und ist daher eine Managementaufgabe.

# Schärfen Sie Ihr Profil und besuchen Sie einen Lehrgang an der Klubschule Business.

Das gesamte Kurs- und Lehrgangsangebot Ihrer Region



Führungsfachfrau/-mann mit eidg. Fachausweis



Projektmanagement



Kaufmännische Ausbildungen



Angebote für Firmen



- Sachbearbeiter/in Export
- Personaladministration
- Rechnungswesen/Buchhaltung
- Technische Kauffrau/Technischer Kaufmann mit eidg. Fachausweis
- Informatik-Lehrgänge
- Informatiker/in mit eidg. Diplom/Fachausweis
- ITIL Service Management
- Microsoft-Zertifikate
- Ausbildung für Auszubildende
- Wellness & Fitness Fachausbildungen

Telefon 0844 373 654 oder  
[www.klubschule.ch/business](http://www.klubschule.ch/business)