



Praxisseminar

Marketingcontrolling – Leistungsmessung im Marketing

So messen Sie Ihren Marketingerfolg

NEU!
Mit Controlling-Lounge

Inhalte

- ▶ **Grundlagen des Marketingcontrollings**
- ▶ **Strategisches Marketingcontrolling**
- ▶ **Marketing Metrics: Kennzahlen zur Strategieumsetzung**
- ▶ **Operatives Marketingcontrolling**
- ▶ **Workshop: Erstellen Sie ein auf das eigene Unternehmen zugeschnittenes Marketingcockpit**
- ▶ **Controlling-Lounge: Marketingcontrolling bei der Allianz Elementar Versicherungs AG**

Trainerteam

Prof. Dr. Sven Reinecke

Leiter des Kompetenzzentrums „Marketing Performance Management“
am Institut für Marketing und Handel an der Universität St. Gallen (HSG)

Dr. Johann Oswald

Mitglied des Vorstandes, Allianz Elementar Versicherungs AG, Wien

Termin

12.03. - 13.03.2009, Wien

In Kooperation mit

contrast
MANAGEMENT - CONSULTING

Österreichisches
Controller-Institut
Controlling Finance Management



Marketingcontrolling – Leistungsmessung im Marketing

So messen Sie Ihren Marketingerfolg

Seminarziel

Durch Marketingcontrolling werden Prozesse und Abläufe im Marketing, in der Werbung und im Marketingmanagement transparent, nachvollziehbar und messbar gemacht, wodurch die Marketingstrategien, -ziele und -maßnahmen bewusst gesteuert werden können.

In diesem Seminar erhalten Sie einen umfassenden Einblick in die Grundlagen, die Funktionsweise und die Instrumente eines effizienten Marketingcontrollings. Sie lernen die Bandbreite der Methoden, Aufgaben sowie die Spezifika des operativen bis hin zum strategischen Marketingcontrolling kennen. Sie üben den Umgang mit Marketingkennzahlen und erstellen im Rahmen eines Workshops ein auf das eigene Unternehmen zugeschnittenes Marketingcockpit.

Nutzen Sie dieses Seminar auch zum aktiven Networking sowie als Plattform, um fallspezifische Probleme aus der eigenen Unternehmenspraxis anzusprechen und zu lösen. Zahlreiche Best Practice-Darstellungen helfen Ihnen bei der folgenden Umsetzung des entworfenen oder weiterentwickelten Konzeptes Ihres Marketingcontrollings.

Trainerteam

Prof. Dr. Sven Reinecke

Leiter des Kompetenzzentrums „Marketing Performance Management“ am Institut für Marketing und Handel an der Universität St. Gallen (HSG)



Prof. Dr. Sven Reinecke

Dozent für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung des Marketing an der Universität St. Gallen (HSG) in der Schweiz und Leiter des Kompetenzzentrums „Marketing Performance Management“ am dortigen Institut für Marketing und Handel. Dissertation 1996 zum Thema „Marketing für komplexe Informationstechnologie-Dienstleistungen“; Habilitation 2004 zum Thema „Marketing Performance Management“. Lehrbeauftragter an verschiedenen europäischen Wirtschaftsuniversitäten und Hochschulen; Herausgeber und (Co-)Autor mehrerer Fach- und Lehrbücher, u.a. „Marketingplanung“ und „Marketingcontrolling“. Forschungs- und Anwendungsschwerpunkte: Marketingcontrolling, strategisches Marketing, Preismanagement, Marktforschung und Kundenbindung.

Dr. Johann Oswald,

Mitglied des Vorstandes, Allianz Elementar Versicherungs AG, Wien



Dr. Johann Oswald

Doktorat an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien, seit 1998 in der Versicherungsbranche tätig: Juristische Fachtätigkeit in Unfall- und Krankenversicherung; Maklertätigkeit/Industrieversicherungen in Südösterreich und Slowenien; seit 1994 in der Allianz Elementar in verschiedenen Funktionen, u.a. regionaler Leiter Ausschließlichkeitsvertrieb, Leiter einer Landesdirektion, Re-Engineering- und Strukturprojekte, insbesondere Projektleitung Aufbau Customer Care Center, Leiter Marketing und Kundengruppenmanagement; seit 2006 Vorstand für Marketing und Versicherungstechnik Schaden/Unfall.

TeilnehmerInnen

Mitglieder der Geschäftsleitung, Bereichsleiter, Führungskräfte aus den Bereichen Verkauf, Marketing, Vertrieb und Werbung, Key Account-Manager, Produktgruppen und Produktmanager, die zeitgemäßes Controlling-Know-how in ihren Aufgabenbereich einbringen wollen. Fachleute aus dem Controlling-Bereich und dem Finanz- und Rechnungswesen, die den Schwerpunkt Marketingcontrolling in ihrem Umfeld aufbauen bzw. weiterentwickeln möchten oder kundennahe Dienstleistungen für den Absatzbereich anbieten wollen.

Buchgeschenk für SeminarteilnehmerInnen

Alle TeilnehmerInnen erhalten ein Exemplar des Buches

Sven Reinecke/Simone Janz: [Marketingcontrolling: Sicherstellen von Marketingeffektivität und -effizienz](#). Stuttgart, Kohlhammer 2007.

Marketingcontrolling – Leistungsmessung im Marketing

Grundlagen des Marketingcontrollings

- ▶ Return on Marketing? Möglichkeiten des Marketingerfolgsnachweises
- ▶ Marketingcontrolling als Sicherstellen von Effektivität und Effizienz einer marktorientierten Unternehmensführung
- ▶ Zusammenspiel von Marketingplanung & -controlling
- ▶ Funktionen und organisatorische Einordnung des Marketingcontrollings
- ▶ Entwicklungen und Trends im Marketingcontrolling

Strategisches Marketingcontrolling

- ▶ Workshop: Marketingaudit als strategische Überwachung
- ▶ Workshop: Methoden des Kundencontrollings/Kundenwert (Kundenprofitabilitätsanalysen, Customer Lifetime Value, Kundenportfolios)
- ▶ Markenaudit und Markenwert
- ▶ Kunden- und Marken-/Leistungsselektion

Marketing Metrics: Kennzahlen zur Strategieumsetzung

- ▶ Kennzahlen für Marketing und Verkauf: Ein Cockpit für das Management
- ▶ Controlling von Kundenakquisition, -bindung, Leistungsinnovation & -pflege
- ▶ Workshop: Erstellen Sie ein auf das eigene Unternehmen zugeschnittenes Marketingcockpit

Operatives Marketingcontrolling

- ▶ Marketingbudgetierung und -reporting
- ▶ Marketingaccounting
- ▶ Überwachen und Bewerten der Marktforschung
- ▶ Preiscontrolling
- ▶ Werbeerfolgscontrolling
- ▶ Controlling von Messen und Events, Sponsoring
- ▶ Controlling des Direct Marketings

Controlling-Lounge: Marketingcontrolling bei der Allianz Elementar Versicherungs AG, Wien

- ▶ Entwicklungsprozess und Besonderheiten im Marketing-Controlling der Allianz Versicherungs AG
- ▶ Customer-Relationship-Marketing (CRM) als besonderer Schwerpunkt im Versicherungs-Marketing
- ▶ Integration von Marketingcontrolling & Risikomanagement
- ▶ Prognosemodelle
- ▶ Berechnung des Markenwertes

Seminarinhalt

Controlling-Lounge

Vorankündigung

Praxisseminar Vertriebscontrolling

Steigern Sie Ihren Erfolg durch eine gezielte Steuerung des Vertriebs
16.03. - 17.03.2009, Wien

Details unter www.oeci.at/

Anmeldung

Marketingcontrolling – Leistungsmessung im Marketing

- Ja, ich melde mich verbindlich zum Seminar „**Marketingcontrolling – Leistungsmessung im Marketing**“ von 12.03. - 13.03.2009, D0309, an.
- Bitte aktualisieren Sie meine Adresse.
- Ich bin Mitglied des Österreichischen Controller-Instituts.

Veranstaltungsort
Gartenhotel Altmannsdorf
Hoffingergasse 26 - 28, 1120 Wien
Tel.: +43/1/801 23

Seminargebühr
Preis für Mitglieder des Controller-Instituts:
EUR 1.350,-
Preis für Nicht-Mitglieder:
EUR 1.450,-

Alle Gebühren verstehen sich exkl. 20 % USt.
Der Seminarpreis beinhaltet Verpflegung, Pausengetränke und Seminarunterlagen.

Seminarzeiten:

1. Seminartag: 09:00 - 19:00 Uhr
2. Seminartag: 09:00 - 17:00 Uhr

Teamdiskont
Bei Teilnahme mehrerer MitarbeiterInnen eines Unternehmens bei einem Seminartermin gewähren wir für den/die dritte(n) und jede(n) weitere(n) TeilnehmerIn einen Teamdiscount von 10%.

Veranstalter

Österreichisches Controller-Institut
Billrothstraße 4, A-1190 Wien

Fax +43/1/368 68 38

e-mail anmeldung@oeci.at
www.oeci.at

Ihre Ansprechpartner



Dr. Silvia Payer-Langthaler
Fachliche Beratung,
Tel.: +43/1/368 68 78-224
silvia.payer-langthaler@oeci.at



Tamara Gaigg
Teilnahmeservice
Tel.: +43/1/368 68 78-242
tamara.gaigg@oeci.at

Mitgliedschaft

Werden Sie Mitglied beim Verein Österreichisches Controller-Institut.

- Bitte senden Sie mir Informationsmaterial zur Mitgliedschaft beim Österreichischen Controller-Institut zu.

Inhouse Trainings

- Ja, ich interessiere mich für Inhouse Trainings.

Bitte senden Sie mir Informationsmaterial zu.

Teilnehmeranschrift

Firma	Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (UID)
Titel/Vorname/Name	Funktion/Abteilung
Straße	PLZ, Ort
Telefon	Fax
E-Mail	
Datum, Unterschrift	

Rechnungsanschrift (falls nicht mit Teilnehmeranschrift ident)

Firma	
Ansprechperson/Abteilung	
Straße	PLZ, Ort

Allgemeine Geschäftsbedingungen:

An- und Abmeldungen An- und Abmeldungen werden nur schriftlich entgegengenommen. Sämtliche Veranstaltungen werden mit begrenzter TeilnehmerInnenzahl veranstaltet. Anmeldungen werden nach dem Datum des Einlangens im Veranstaltungsbüro berücksichtigt. Sobald wir Ihre Anmeldung erhalten haben, senden wir Ihnen eine Kursanmeldebestätigung zu. Etwa drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn erhalten Sie eine detaillierte Anmeldebestätigung und eine Rechnung der Contrast Management Consulting GmbH (GmbH mit Sitz in Wien, Handelsgericht Wien, FN 124269z, DVR 1049364, UID Nr. ATU 16129801).

Teilnahmegebühren Sämtliche Veranstaltungsgebühren verstehen sich exkl. 20% USt. Die jeweiligen Rechnungen werden zuzüglich 20% USt gestellt.

Stornobedingungen Wir bitten um Verständnis, dass wir bei Abmeldungen, die innerhalb von drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn eintreffen, eine Stornogebühr von 30% des Teilnahmebetrages verrechnen. Für Abmeldungen, die bei uns fünf Werktage vor Veranstaltungsbeginn einlangen, und im Falle einer Nicht-Teilnahme müssen wir 100% der Veranstaltungsgebühr in Rechnung stellen. Diese Gebühr entfällt, wenn ein(e) ErsatzteilnehmerIn die Veranstaltung besucht. Wir bitten Sie um Verständnis, dass wir Zutritt zu den Veranstaltungen nur gewähren können, wenn die Zahlung des Teilnahmebetrages auf unserem Konto (Kto. Nr.: 0136-40024/00 bei der BA-CA, BLZ 12000) eingegangen ist.

Informationen per Fax bzw. E-Mail Unternehmen und Personen, die im Zuge einer Anmeldung mit dem Veranstalter in Geschäftsverbindung treten, erklären sich damit einverstanden, per Fax bzw. E-Mail informiert zu werden, sofern nach einmaliger Durchführung kein Widerspruch erfolgt.

Programmänderungen bzw. Satz- und Druckfehler sind vorbehalten. Gerichtsstand ist Wien.

