



School of
Management and Law



Marketing und Marktbearbeitung

SW 14: Simulation / Check-out



Building Competence. Crossing Borders.

Rolf Rellstab

rolf.rellstab@zhaw.ch

Semesterplan in der Übersicht

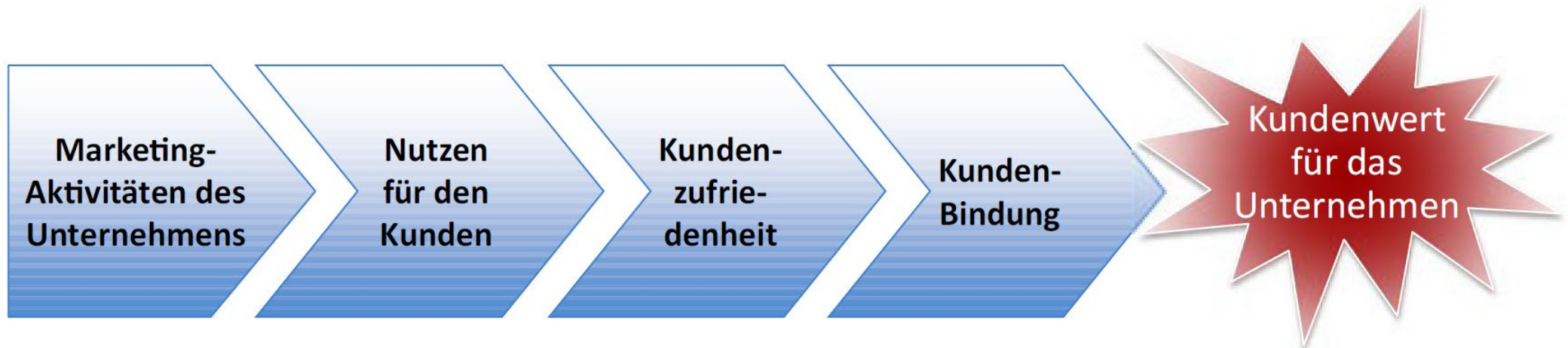
Termin	Thema	DozentIn
Woche 1	Check-in / Einführung ins Marketing	Rolf Rellstab
Woche 2	Marktverständnis 1	Rolf Rellstab
Woche 3	Marktverständnis 2	Rolf Rellstab
Woche 4	Kundenverständnis 1	Rolf Rellstab
Woche 5	Kundenverständnis 2	Rolf Rellstab
Woche 6	Marketingstrategie	Rolf Rellstab
Woche 7	Kundenakquisition	Dr. Nina Heim
Woche 8	Kundenbindung	Dr. Nina Heim
Woche 9	Kommunikation und Vertrieb	Rolf Rellstab
Woche 10	Kundenwertmanagement	Dr. Nina Heim
Woche 11	Leistungsinnovation	Dr. Helen Vogt
Woche 12	Leistungspflege	Dr. Helen Vogt
Woche 13	Preismanagement	Dr. Helen Vogt
Woche 14	Simulation / Check-out	Rolf Rellstab

Agenda

- Simulation
- Rückblick & Quiz
- Informationen zur Prüfung
- Check-out Umfrage

Erfolgskette des Marketing

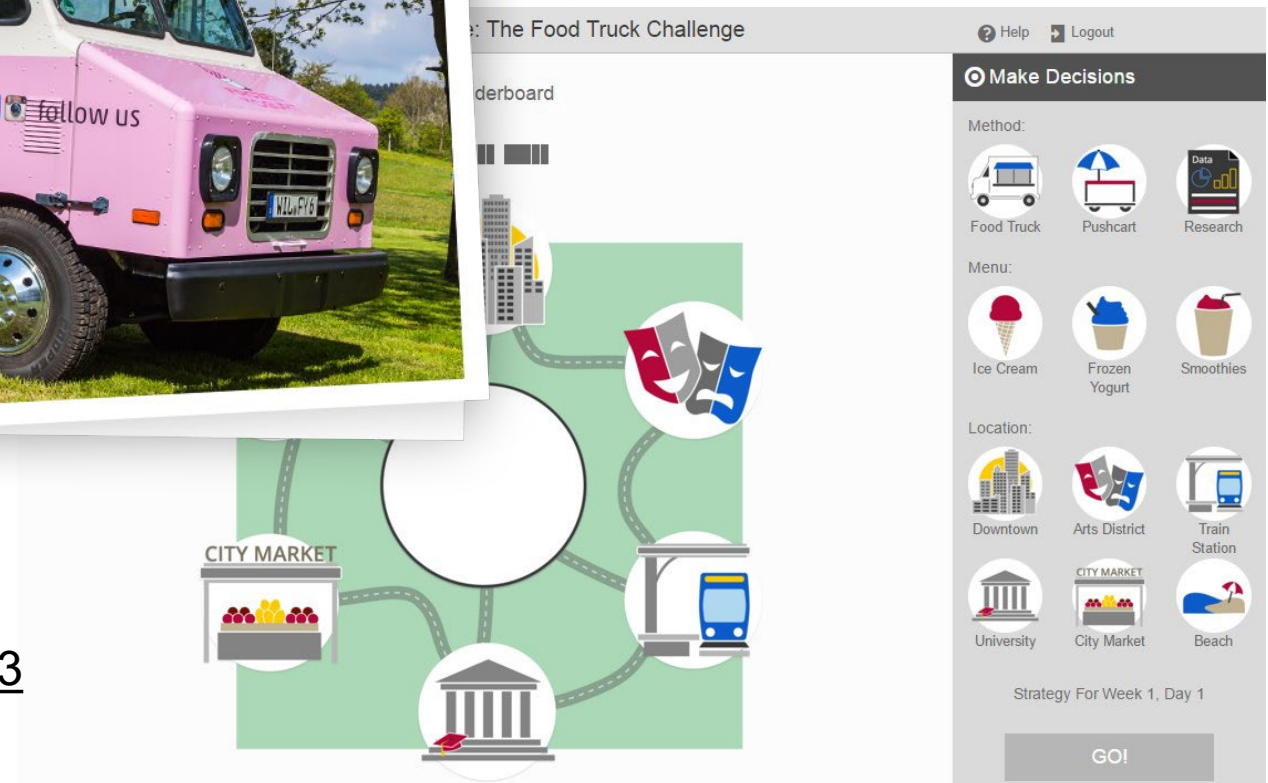
Wert für den Kunden schaffen und Kundenbeziehungen aufbauen



The Food Truck Challenge Simulation



Link zur Online Simulation:
<https://hbsp.harvard.edu/import/940463>



The Food Truck Challenge

Debriefing

Lernziele:

- Studierende erleben den Nutzen von Prototyping in dynamischen Märkten
- Studierende können einfache Marktforschungsdaten analysieren und interpretieren
- Studierende können formale Marktforschung von informellen Market Insights / Customer Insights unterscheiden
- Studierende können Trade-offs nachvollziehen, die mit unternehmerischen Entscheidungen einhergehen

Agenda

- Simulation
- Rückblick & Quiz
- Informationen zur Prüfung
- Check-out Umfrage

Fragen die sich Marketingverantwortliche häufig stellen

- Wie können wir die richtigen Marktsegmente erkennen und auswählen?
- Wie können wir unsere Angebote differenzieren?
- Wie sollen wir mit Kunden umgehen, die ihre Kaufentscheidungen nur nach dem Preis richten?
- Wie können wir gegen Wettbewerber bestehen, die niedrigere Kosten und Preise haben?
- Wie weit können wir bei der Individualisierung unserer Angebote für jeden Kunden gehen?
- Wie kann unser Unternehmen wachsen?
- Wie können wir stärkere Marken aufbauen?
- Wie können wir die Kosten für die Kundenakquise senken?
- Wie können wir erreichen, dass unsere Kunden uns länger treu bleiben?
- Wie erkennen wir, welche Kunden wichtiger sind als andere?
- Wie können wir messen, ob und wie sehr sich die Ausgaben für Werbung, PR, usw. lohnen?
- Wie können wir die Produktivität des Verkaufspersonals erhöhen?
- Wie können wir verschiedene Absatzkanäle einrichten und trotzdem Konflikte vermeiden?
- Wie schaffen wir es, dass die anderen Abteilungen kundenorientierter denken und handeln?

Rückblick auf die Lernziele

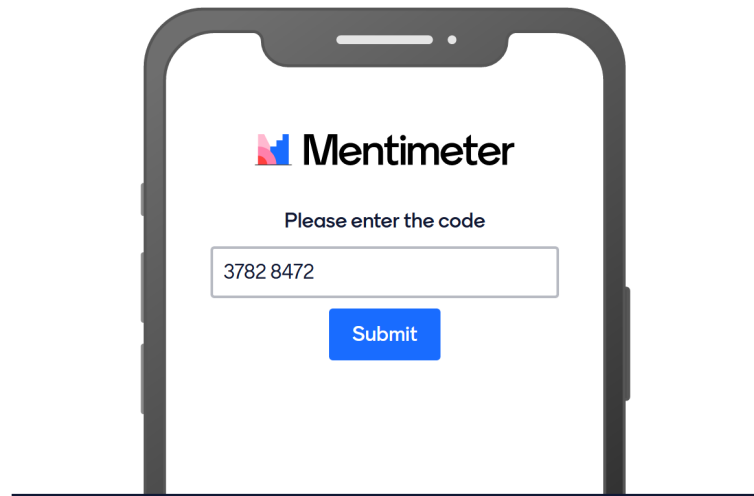


Im Verlauf des Moduls werden die Studierenden...

- ein grundlegendes Verständnis für Märkte, Leistungen und Kunden entwickeln.
- die vier Kernaufgaben des Marketing kennen lernen.
- relevante Instrumente zur strategischen und operativen Marketingplanung anwenden.

Check-out Quiz

Go to
www.menti.com



Enter the code
3782 8472



Or use QR code

Agenda

- Simulation
- Rückblick & Quiz
- Informationen zur Prüfung
- Check-out Umfrage

Modulendprüfung

- Einzelarbeit
- Datum: Sa, 25. Juni 2022, 13.30 – 15.00 Uhr
- 90 Minuten Dauer
- zu schreiben am eigenen Laptop
- Open book (inkl. digitaler Unterlagen)



Agenda

- Simulation
- Rückblick & Quiz
- Informationen zur Prüfung
- Check-out Umfrage

Abschluss-Feedback

- Was hat mir gefallen?
- Was könnte man verbessern?

Danke für die Teilnahme. Dauert nur 5 Minuten.

Link: <https://forms.gle/BQnizDWRScouhuKP8>

Vielen Dank!

Check-out

Take-Aways, Comments, Feedback, Questions?



Kontakt

Rolf Rellstab

Wissenschaftlicher Mitarbeiter / Projektleiter
Fachstelle Digital Marketing
Institut für Marketing Management
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Theaterstrasse 17
8400 Winterthur

+41 58 934 66 34

rolf.rellstab@zhaw.ch

<http://www.sml.zhaw.ch/imm>