

Crashkurs Controlling für Marketing und Produktmanagement (Präsenz)

Das solltest du wissen!

Für die markt- und kundenorientierte Ausrichtung eines Unternehmens ist ein professionelles und transparentes Marketingcontrolling unabdingbar. So können Marktpotenziale gezielt aufgespürt, Marketingaktivitäten kundenorientiert ausgerichtet und Marketingziele und -maßnahmen systematisch beurteilt werden. Du erarbeitest dir ein strategisches und operatives Controlling-Instrumentarium für deine Praxis und kannst anhand aussagekräftiger Kennzahlen die Effektivität und Effizienz deines Marketings und Produktmanagements beurteilen und steuern.

Inhalte

Die kritische Frage nach dem Return on Marketing

- Steuerung der Effektivität und Effizienz im Marketing.
- Aufgaben des Marketingcontrollings: Von der Kontrolle zur Steuerung.
- Planung des Marketingbudgets als Voraussetzung für ein zielorientiertes Marketing.
- Instrumente und organisatorische Eingliederung des Marketingcontrolling.

Strategisches Marketingcontrolling zur Steuerung des langfristigen Markterfolgs

- Marketing Audit als Einstieg in ein Marketingcontrolling.
- Fokussierung der Aktivitäten auf die richtigen Kund:innen:
Methoden zur Kundenselektion und -priorisierung.
- Brand-Funnel-Analyse zur Identifikation von Stärken und Schwächen bei der Kundenbearbeitung von der Neukundengewinnung bis hin zur Kundenloyalität.

Operatives Marketingcontrolling zur Steuerung des kurz- und mittelfristigen Markterfolgs

- Marketingkalender zur Koordination der Marketingaktivitäten.
- Deckungsbeitragsrechnung zur Identifikation von Gewinn- und Verlustquellen.
- Controlling der zentralen Marketinginstrumente.
- Kommunikationscontrolling und Controlling der Werbewirkung.
- Aussagekräftige KPIs entwickeln und anwenden.

Marketing Cockpits als Entscheidungsgrundlage

- Mit Marketing Cockpits Transparenz schaffen und Erfolge sichtbar machen.
- Methoden zur Strukturierung der Marketingkennzahlen.
- Erfolgsfaktoren für die Erstellung von Marketing Cockpits.
- Ausgewählte Best-Practice-Beispiele für Marketing- und Verkaufs-Cockpits.
- Workshop Marketing Cockpit: Erstelle dein eigenes Marketing Cockpit.

Lernumgebung

In deiner Online-Lernumgebung findest du nach deiner Anmeldung nützliche Informationen, Downloads und Extra-Services zu dieser Qualifizierungsmaßnahme.

Dein Nutzen

In diesem Seminar erfährst du,

- wie du dein Marketingcontrolling zielführend aufbaust und ergänzt,
- wie du erfolgreich Marketingcontrolling zur Steuerung deines strategischen und operativen Marketings einsetzt,

- wie du deine Marketingziele mit aussagekräftigen Kennzahlen mess- und steuerbar machst und deine Marketingaktivitäten fokussierst und kundenorientierter ausrichtest,
- wie du Marketingkennzahlen in ein transparentes Marketing Cockpit integrierst,
- wie du Marketing Cockpits für bessere Marketingentscheidungen nutzt.

Methoden

Trainer-Input, Einzel- und Gruppenarbeiten, Praxis- und Best-Practice-Beispiele aus verschiedenen Branchen, Diskussion, Erfahrungsaustausch.

Teilnehmer:innenkreis

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Produktmanagement, Brandmanagement, Kommunikation, Marktforschung, (Marketing-)Controlling. Entscheider:innen und Geschäftsführer:innen von kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Open Badges - Zeige auch digital, was du kannst.

Open Badges sind anerkannte, digitale Teilnahmezertifikate. Diese verifizierbaren Nachweise sind der aktuelle Standard für die Einbindung in Karrierenetzwerken wie z.B. LinkedIn.

Damit zeigst du digital, über welche Kompetenzen du verfügst.

Nach erfolgreichem Abschluss erhältst du von uns ein Open Badge.

Mehr erfahren kannst du unter:

<https://www.haufe-akademie.de/seminare-lehrgaenge/trending-topics/open-badges>



Referent:in



Dr. Gerold Geis

Wie ersetzt man Bauchgefühl durch eine belastbare Entscheidungsgrundlage – gerade in Marketing und Vertrieb, wo viel Geld im Spiel ist? Mit dieser Frage beschäftige ich mich seit über 20 Jahren. Ich bin Geschäftsführer der MPM St. Gallen AG, einer Unternehmensberatung, die als Spin-off des Marketinglehrstuhls der Universität St. Gallen gegründet wurde. Unsere Arbeit konzentriert sich auf vier Schwerpunkte: Marketing- & Vertriebsstrategie, Market Intelligence & Marktforschung, Marketing- & Vertriebscontrolling sowie Software & Tools zur Unterstützung von Analyse und Steuerung.

Details zur Weiterbildung

Seminar | Präsenz

2 Tage

Zahl der Teilnehmenden begrenzt

Termine

25.-26.11.2026

Köln

Veranstaltungsort

Best Western Plus Hotel Köln City

Tage & Uhrzeit

Mittwoch, 25.11.2026

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Donnerstag, 26.11.2026

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

26.-27.04.2027

Berlin

Veranstaltungsort

NH Berlin Alexanderplatz

Tage & Uhrzeit

Montag, 26.04.2027

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Dienstag, 27.04.2027

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Aktuelle Termine und weitere Informationen findest du unter www.haufe-akademie.de/5542

Teilnahmegebühr

€ 1.490,- zzgl. MwSt.

€ 1.773,10 inkl. MwSt.

Die angegebene Teilnahmegebühr beinhaltet

- ein gemeinsames Mittagessen pro vollem Seminartag,
- Pausenverpflegung und
- umfangreiche Arbeitsunterlagen.

Die Übernachtungskosten im Hotel werden von den Teilnehmenden direkt mit dem Hotel abgerechnet. Für die Hotelbuchung findest du in deiner Lernumgebung ein Reservierungsformular.

Deine Anmeldemöglichkeiten

Online: www.haufe-akademie.de/5542

E-Mail: anmelden@haufe-akademie.de

Buche deine Weiterbildung einfach und schnell online. Gib sonst bitte unbedingt den Namen des Teilnehmenden und die vollständige Rechnungsanschrift mit Telefonnummer sowie E-Mail-Adresse an.

In unserem Bereich Fragen & Antworten (FAQ) findest du alle Antworten auf die häufigsten Fragen rund um unsere Weiterbildungen:

<https://www.haufe-akademie.de/faqs>

Unsere ausführlichen Teilnahmebedingungen findest du auch im Internet unter www.haufe-akademie.de/agb oder im Gesamtprogramm.

Die vollständigen Datenschutzbestimmungen findest du unter www.haufe-akademie.de/datenschutz.

Crashkurs Controlling für Marketing und Produktmanagement (Live-Online)

Das solltest du wissen!

Für die markt- und kundenorientierte Ausrichtung eines Unternehmens ist ein professionelles und transparentes Marketingcontrolling unabdingbar. So können Marktpotenziale gezielt aufgespürt, Marketingaktivitäten kundenorientiert ausgerichtet und Marketingziele und -maßnahmen systematisch beurteilt werden. Du erarbeitest dir ein strategisches und operatives Controlling-Instrumentarium für deine Praxis und kannst anhand aussagekräftiger Kennzahlen die Effektivität und Effizienz deines Marketings und Produktmanagements beurteilen und steuern.

Inhalte

Die kritische Frage nach dem Return on Marketing

- Steuerung der Effektivität und Effizienz im Marketing.
- Aufgaben des Marketingcontrollings: Von der Kontrolle zur Steuerung.
- Planung des Marketingbudgets als Voraussetzung für ein zielorientiertes Marketing.
- Instrumente und organisatorische Eingliederung des Marketingcontrolling.

Strategisches Marketingcontrolling zur Steuerung des langfristigen Markterfolgs

- Marketing Audit als Einstieg in ein Marketingcontrolling.
- Fokussierung der Aktivitäten auf die richtigen Kund:innen:
Methoden zur Kundenselektion und -priorisierung.
- Brand-Funnel-Analyse zur Identifikation von Stärken und Schwächen bei der Kundenbearbeitung von der Neukundengewinnung bis hin zur Kundenloyalität.

Operatives Marketingcontrolling zur Steuerung des kurz- und mittelfristigen Markterfolgs

- Marketingkalender zur Koordination der Marketingaktivitäten.
- Deckungsbeitragsrechnung zur Identifikation von Gewinn- und Verlustquellen.
- Controlling der zentralen Marketinginstrumente.
- Kommunikationscontrolling und Controlling der Werbewirkung.
- Aussagekräftige KPIs entwickeln und anwenden.

Marketing Cockpits als Entscheidungsgrundlage

- Mit Marketing Cockpits Transparenz schaffen und Erfolge sichtbar machen.
- Methoden zur Strukturierung der Marketingkennzahlen.
- Erfolgsfaktoren für die Erstellung von Marketing Cockpits.
- Ausgewählte Best-Practice-Beispiele für Marketing- und Verkaufs-Cockpits.
- Workshop Marketing Cockpit: Erstelle dein eigenes Marketing Cockpit.

Lernumgebung

In deiner Online-Lernumgebung findest du nach deiner Anmeldung nützliche Informationen, Downloads und Extra-Services zu dieser Qualifizierungsmaßnahme.

Dein Nutzen

In diesem Seminar erfährst du,

- wie du dein Marketingcontrolling zielführend aufbaust und ergänzt,
- wie du erfolgreich Marketingcontrolling zur Steuerung deines strategischen und operativen Marketings einsetzt,
- wie du deine Marketingziele mit aussagekräftigen Kennzahlen mess- und steuerbar machst und deine Marketingaktivitäten fokussierst und kundenorientierter ausrichtest,

- wie du Marketingkennzahlen in ein transparentes Marketing Cockpit integrierst,
- wie du Marketing Cockpits für bessere Marketingentscheidungen nutzt.

Methoden

Trainer-Input, Einzel- und Gruppenarbeiten, Praxis- und Best-Practice-Beispiele aus verschiedenen Branchen, Diskussion, Erfahrungsaustausch.

Teilnehmer:innenkreis

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Produktmanagement, Brandmanagement, Kommunikation, Marktforschung, (Marketing-)Controlling. Entscheider:innen und Geschäftsführer:innen von kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Open Badges - Zeige auch digital, was du kannst.

Open Badges sind anerkannte, digitale Teilnahmezertifikate. Diese verifizierbaren Nachweise sind der aktuelle Standard für die Einbindung in Karrierenetzwerken wie z.B. LinkedIn.

Damit zeigst du digital, über welche Kompetenzen du verfügst.

Nach erfolgreichem Abschluss erhältst du von uns ein Open Badge.

Mehr erfahren kannst du unter:

<https://www.haufe-akademie.de/seminare-lehrgaenge/trending-topics/open-badges>



Referent:in



Dr. Gerold Geis

Wie ersetzt man Bauchgefühl durch eine belastbare Entscheidungsgrundlage – gerade in Marketing und Vertrieb, wo viel Geld im Spiel ist? Mit dieser Frage beschäftige ich mich seit über 20 Jahren. Ich bin Geschäftsführer der MPM St. Gallen AG, einer Unternehmensberatung, die als Spin-off des Marketinglehrstuhls der Universität St. Gallen gegründet wurde. Unsere Arbeit konzentriert sich auf vier Schwerpunkte: Marketing- & Vertriebsstrategie, Market Intelligence & Marktforschung, Marketing- & Vertriebscontrolling sowie Software & Tools zur Unterstützung von Analyse und Steuerung.

Details zur Weiterbildung

Seminar | Online

2 Tage

Zahl der Teilnehmenden begrenzt

Starttermine

25.-26.02.2027

Live-Online

Durchführung

zoom

Modulzeiten

Donnerstag, 25.02.2027

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Freitag, 26.02.2027

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

28.-29.09.2027

Live-Online

Durchführung

zoom

Modulzeiten

Dienstag, 28.09.2027

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Mittwoch, 29.09.2027

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Aktuelle Termine und weitere Informationen findest du unter www.haufe-akademie.de/33462

Teilnahmegebühr

€ 1.490,- zzgl. MwSt.

€ 1.773,10 inkl. MwSt.

Deine Anmeldemöglichkeiten

Online: www.haufe-akademie.de/5542

E-Mail: anmelden@haufe-akademie.de

Buche deine Weiterbildung einfach und schnell online. Gib sonst bitte unbedingt den Namen des Teilnehmenden und die vollständige Rechnungsanschrift mit Telefonnummer sowie E-Mail-Adresse an.

In unserem Bereich Fragen & Antworten (FAQ) findest du alle Antworten auf die häufigsten Fragen rund um unsere Weiterbildungen:

<https://www.haufe-akademie.de/faqs>

Unsere ausführlichen Teilnahmebedingungen findest du auch im Internet unter www.haufe-akademie.de/agb oder im Gesamtprogramm.

Die vollständigen Datenschutzbestimmungen findest du unter www.haufe-akademie.de/datenschutz.