

MANAGEMENTSEMINAR

Intelligent Marketing & Sales

KI-Marketinglösungen & Kundenintelligenz

Das St. Galler Management-Seminar für wirksames Markt- und Kundenmanagement

ORT	DAUER	SPRACHE	INVESTITION
St. Gallen	3 Tage	DE / EN	CHF 2'400

MANAGEMENTSEMINAR

ECKDATEN

ORT

St. Gallen

DAUER

3 Tage · optional mit ECTS

SPRACHE

Deutsch / Englisch

ZIELGRUPPE

**Führungskräfte,
Nachwuchsmanager,
Unternehmer**

INVESTITION

**CHF 2'400
zzgl. 8,1 % MwSt.**

NETZWERK

StGallen imt Alumni

AUFBAU

Aufeinander aufbauende Module. Ergebnis: konkrete Ansatzpunkte für eine schlüssige Marktbearbeitung.

ANERKENNUNG

Optional mit ECTS-Anerkennung.

ST. GALLER MANAGEMENT-SEMINAR

Kunden besser verstehen. Märkte gezielter bearbeiten. Marken klarer positionieren.

Vertrieb und Kommunikation integriert steuern. KI sinnvoll nutzen.

Fragmentierte Kanäle, anspruchsvollere Kunden

Wer Marketing, Vertrieb und Marke getrennt steuert, verliert Wirkung und Marktpotenzial.

Märkte im Wandel

Kunden informieren sich, vergleichen und entscheiden heute über zahlreiche digitale und klassische Kontaktpunkte hinweg.

St. Galler Ansatz für Markt- und Kundenmanagement

Markt- und Kundenmanagement systematisch ausrichten – strategisch fundiert und praxistauglich.

WILLKOMMEN

Grüezi und herzlich Willkommen!

Es freut mich sehr, Sie im Namen der StGallen imt Business School zu unserem Managementseminar „Intelligent Marketing & Sales“ begrüßen zu dürfen.

Künstliche Intelligenz verändert die Art, wie wir führen, entscheiden und Werte schaffen – grundlegend und unwiderruflich. Dieses Seminar gibt Ihnen die Werkzeuge, die Methoden und das Mindset, um KI als strategischen Partner in Ihrem Führungsalltag zu nutzen.

„Die grösste Gefahr in Zeiten des Umbruchs ist nicht der Umbruch selbst, sondern mit der Logik von gestern zu handeln.“

PETER DRUCKER

Unser Anspruch: Sie nehmen nicht nur Wissen mit, sondern konkrete, sofort einsetzbare Lösungen für Ihre täglichen Herausforderungen. Ich freue mich darauf, Sie persönlich in St. Gallen willkommen zu heissen.

Prof. Dr. Christian Abegglen

Präsident & Akademische Leitung
StGallen imt Business School



Marketing, Sales, Brand und Communication systematisch verzahnen

Das Seminar vermittelt, wie Marketing, Sales, Brand und Communication als zusammenhängende Managementaufgabe geführt werden – mit dem Ziel, Kunden besser zu verstehen, Märkte gezielter zu bearbeiten und Markenkommunikation konsistent zu steuern.

Auf Basis des St. Galler Konzepts Integriertes Management werden Kundenbedürfnisse, Positionierung, Customer Journey, Vertrieb und Social Media systematisch aufeinander abgestimmt und mit Strategie, Innovation und digitaler Transformation verbunden.

Ein Schwerpunkt liegt auf dem Einsatz digitaler Werkzeuge und KI – etwa für Marktanalyse, Segmentierung, Content-Generierung, Personalisierung und Performance-Steuerung.

KI dient dabei als Instrument für fundiertere Entscheidungen und gezieltere Marktwirkung.

Durch Methoden, Fallbeispiele und Transferarbeit entwickeln die Teilnehmenden konkrete Ansatzpunkte, um fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung zu überführen, die Vertrauen stärkt und Vertriebs Erfolg unterstützt.

Für Verantwortliche in kundennahen Funktionen

Das Seminar richtet sich an Führungs- und Nachwuchskräfte, Projektverantwortliche und Spezialist:innen aus diesen und weiteren kundennahen Funktionen:



Im Mittelpunkt stehen Verantwortliche, die in ihrem Bereich mehr Markt-, Kunden- und Vertriebswirkung erzielen wollen – strategisch fundiert und praxisnah.

KERN DES SEMINARS

Kundenbedürfnisse, Positionierung, Customer Journey, Vertrieb und Social Media – systematisch aufeinander abgestimmt.

ERGEBNIS

Konkrete Ansatzpunkte, um fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung zu überführen.

IM MITTELPUNKT

Verantwortliche, die in ihrem Bereich mehr Markt-, Kunden- und Vertriebswirkung erzielen wollen.

PROGRAMMVERLAUF



Auftakt: Kundenverständnis und Marktbearbeitung.

METHODIK

Modelle, Methoden, Fallbeispiele und Transferarbeit – jedes Modul mit klar gesetztem inhaltlichem Schwerpunkt.

DAUER

Drei Seminartage in St. Gallen, Deutsch oder Englisch.

Vom Kundenverständnis bis zum Transfer

Kunden und Kaufentscheidungen verstehen

Sie analysieren Kundenbedürfnisse, Kaufmotive und Entscheidungsprozesse – und verbinden klassische Marktanalysen mit Behavioural Insights, Customer-Journey-Denken und KI-gestützten Auswertungen. Ziel: relevante Informationen in konkrete Massnahmen übersetzen.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Kundenbedürfnisse mit Behavioural Insights entschlüsseln
- Kaufmotive, Entscheidungsmuster und psychologische Trigger verstehen
- Customer Journeys systematisch erfassen und interpretieren
- relevante Touchpoints im Entscheidungsprozess identifizieren
- Zielgruppen nach Werten, Motiven, Verhalten und Potenzial differenzieren
- Social Media Analytics und KI-gestützte Auswertungen einbeziehen
- Trends und schwache Signale frühzeitig erkennen
- Kunden- und Marktinformationen in konkrete Massnahmen übersetzen

Aufeinander aufbauende Module verbinden Markt- und Kundenlogik, Positionierung und konkrete KI-Anwendung. Die folgenden Seiten führen durch das gesamte Programm mit allen inhaltlichen Schwerpunkten.

Zielgruppen und Märkte gezielter bearbeiten

Werte, Motive, Verhalten und Potenzial sind entscheidend für die Segmentierung. Das Seminar zeigt, wie Zielgruppen differenziert priorisiert und Ressourcen dort eingesetzt werden, wo sie Wirkung entfalten.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Zielgruppen und Marktsegmente strategisch bewerten
- Potenziale, Bedürfnisse und Entscheidungssituationen differenzieren
- Zielgruppen nach Verhalten, Nutzenbedarf und Kaufbereitschaft priorisieren
- Marktbearbeitungsstrategien für unterschiedliche Segmente ableiten
- Ressourcen auf attraktive Zielgruppen, Kanäle und Touchpoints fokussieren
- Markt- und Datenanalysen mit digitalen und KI-gestützten Tools unterstützen
- Marktdaten in konkrete Entscheidungsgrundlagen überführen
- fragmentierte Einzelaktivitäten auf gemeinsame Markt- und Kundenwirkung ausrichten

Marke und Positionierung schärfen

Sie verbinden Markenidentität, Kundennutzen und Positionierung systematisch. Im Fokus: wofür ein Unternehmen steht und wie diese Positionierung über Vertrieb, Social Media, Content und Service glaubwürdig erlebbar wird.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Markenidentität und Markenversprechen klären
- Positionierung mit Wirkung entwickeln: klar, differenzierend und anschlussfähig an Vertrieb und Kommunikation
- Kundennutzen und Customer Value systematisch herausarbeiten
- Customer Value und Pricing-Modelle auf Zielgruppen, Marktlogik und Positionierung abstimmen
- Positionierung gegenüber Wettbewerbern schärfen
- Markenbotschaften aus Zielgruppenlogik und Kundennutzen ableiten
- Marke als Vertrauensanker und Wachstumstreiber nutzen
- Markenwirkung über Vertrieb, Social Media, Content, Beratung und Service konsistent steuern
- Wirkungsmessung durch geeignete KPIs und Marken-Controlling unterstützen

Vertriebskanäle und Social Media wirksam steuern

Klassische und digitale Kanäle dürfen nicht isoliert geführt werden. Sie lernen, wie Touchpoints entlang der Customer Journey konsistent gestaltet und Social Media professionell eingebettet wird – für weniger Streuverlust und mehr Marktwirkung.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- klassische und digitale Vertriebskanäle sinnvoll kombinieren
- Vertriebs-, Kommunikations- und Social-Media-Kanäle wirkungsvoll aufeinander abstimmen
- Website, Social Media, Plattformen, Content, Beratung und Service koordinieren
- Touchpoints entlang der Customer Journey analysieren, priorisieren und konsistent steuern
- Social Media professionell in Marktbearbeitung und Vertrieb einbetten
- digitale Vertriebskanäle für Sichtbarkeit, Vertrauen und Lead-Gewinnung nutzen
- Kanalbrüche, Streuverluste und widersprüchliche Botschaften vermeiden
- Vertrieb und Kommunikation über Kanäle hinweg wirksamer vernetzen

PROGRAMMVERLAUF

Positionierung und Steuerung der Kanäle.

ANWENDUNGSFELDER

Marktanalyse, Segmentierung, Content-Generierung, Personalisierung und Performance-Steuerung.

PROGRAMMVERLAUF

Wirkung nach aussen:
Kommunikation, Markt und
Wettbewerb.

PERSPEKTIVE

Botschaften schärfen,
Marktbewegungen
beurteilen, Resilienz
gegenüber Preisdruck
entwickeln.

Kommunikation konsistent und kundennah ausrichten

Wirksam wird Kommunikation, wenn Botschaften, Zielgruppen und Kanäle zusammenpassen. Behandelt werden Content, Kampagnen, Social Media sowie die Abstimmung zwischen Marketing, Sales und Communication.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Kommunikationsbotschaften aus Marke, Kundennutzen und Zielgruppenlogik entwickeln
- Content, Kampagnen und persönliche Vertriebskommunikation abstimmen
- digitale Kommunikation und Social Media zielgerichtet einsetzen
- Kommunikation für unterschiedliche Entscheidungssituationen gestalten
- Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Relevanz in der Kommunikation stärken
- Kommunikationskanäle nach Zielgruppe, Kaufphase und Wirkung priorisieren
- Marketing, Sales und Communication organisatorisch besser verzahnen
- konsistente Botschaften über klassische und digitale Kanäle sicherstellen

Wettbewerb verstehen und Marktchancen nutzen

Sie analysieren Wettbewerber, Preisdruck, neue Anbieter und disruptive Entwicklungen – und übersetzen Marktveränderungen in Differenzierung, Vertriebschwerpunkte und Nischenstrategien.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Wettbewerber, Substitutionen und neue Anbieter analysieren
- Preisdruck, Differenzierung und Marktbewegungen beurteilen
- Resilienz gegenüber Preisdruck, Substituten und neuen Anbietern entwickeln
- Positionierung gegenüber Wettbewerbern schärfen
- relevante Marktchancen, Nischen und Wachstumspotenziale identifizieren
- internationale Marktchancen und attraktive Nischen systematisch erschliessen
- disruptive Entwicklungen und neue Kundenerwartungen frühzeitig erkennen
- Organisationsmodelle, Verantwortlichkeiten und Schnittstellen an Marktbewegungen anpassen
- strategisches Marketing mit Corporate Strategy, Business Development und Vertriebslogik verzahnen

KI im Marketing-, Sales- und Brand Management einsetzen

KI als praktisches Managementinstrument: für Marktanalyse, Segmentierung, Content-Generierung, Personalisierung und Performance-Steuerung – inklusive Grenzen, Datenschutz und Qualitätssicherung.

KI verändert Analyse, Kommunikation, Content, Personalisierung und Performance-Steuerung. Im Seminar wird KI nicht als kurzfristiger Hype behandelt, sondern als praktisches Managementinstrument für fundiertere Entscheidungen und wirksamere Markt- und Kundenbearbeitung.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- KI für Markt-, Kunden- und Datenanalysen nutzen
- Segmentierung, Zielgruppenbewertung und Personalisierung unterstützen
- Social Media Analytics und digitale Performance-Auswertungen einsetzen
- Content-Generierung automatisieren und redaktionell steuern
- automatisierte Kommunikation sinnvoll gestalten
- Möglichkeiten und Grenzen datenbasierter Personalisierung bis hin zu Echtzeit-Anwendungen beurteilen
- KI als Sparringspartner für Kampagnen, Positionierung und Kundenansprache nutzen
- KI gezielt einsetzen, um Kundenzentrierung, Personalisierung und Entscheidungsqualität zu stärken
- Datenschutz, Ethik, Qualitätssicherung und Grenzen von KI berücksichtigen
- menschliche Kreativität und technologische Möglichkeiten sinnvoll ausbalancieren

Innovation und Transformation im Marktmanagement verankern

Digitale Plattformen, veränderte Mediennutzung, agile Arbeitsweisen und Nachhaltigkeit verändern die Anforderungen. Sie lernen, Innovation in die eigene Markt- und Kundenarbeit zu integrieren.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Marketing neu denken und in den digitalen Wandel einbetten
- digitale Plattformen als Wachstumshebel nutzen
- agile Marketingmethoden wie Scrum und Kanban sinnvoll einsetzen
- Co-Creation und Design Thinking für kundenorientierte Lösungen nutzen
- Innovationsprozesse mit Markt-, Kunden- und Markenstrategie verbinden
- Innovationsprozesse in die Gesamtstrategie integrieren
- neue Geschäftsmodelle und digitale Marktbearbeitung reflektieren
- Nachhaltigkeit und Purpose in Markenführung und Kommunikation berücksichtigen
- organisatorische Voraussetzungen für wirksame Transformation im Marketing und Vertrieb prüfen
- Change Management im Marketing und Vertrieb erfolgreich gestalten

PROGRAMMVERLAUF

KI im Einsatz, Innovation und Transformation.

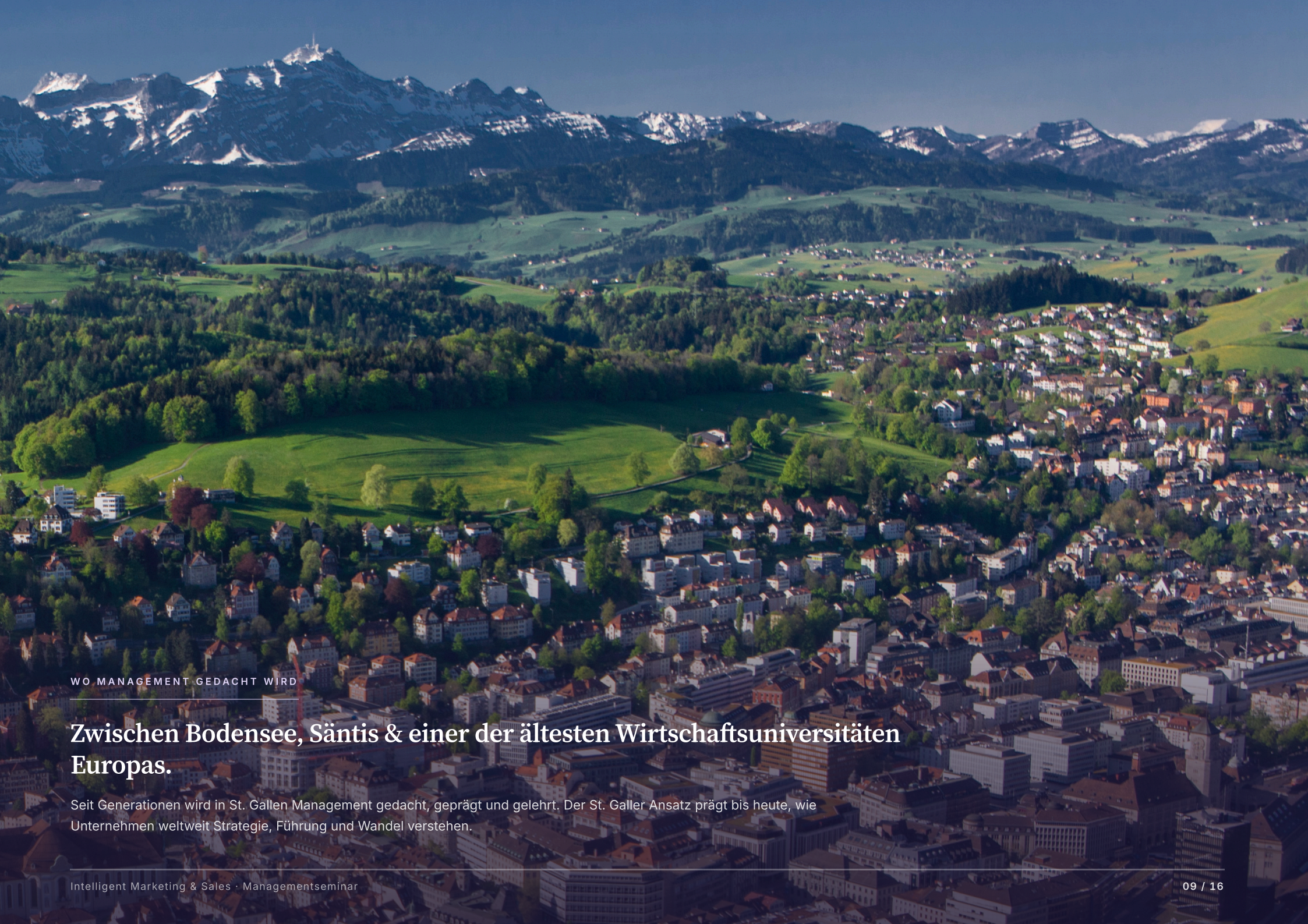
HALTUNG

KI als praktisches Managementinstrument – nicht als kurzfristiger Hype.



STANDORT

St. Gallen Management Valley



WO MANAGEMENT GEDACHT WIRD

Zwischen Bodensee, Säntis & einer der ältesten Wirtschaftsuniversitäten Europas.

Seit Generationen wird in St. Gallen Management gedacht, geprägt und gelehrt. Der St. Galler Ansatz prägt bis heute, wie Unternehmen weltweit Strategie, Führung und Wandel verstehen.

PROGRAMMVERLAUF

Abschluss: Transfer in die eigene Managementpraxis.

IHR ERGEBNIS

Konkrete Ansatzpunkte für eine schlüssige Markt- und Kundenbearbeitung.

Transfer in die eigene Managementpraxis

Sie identifizieren die grössten Hebel im eigenen Verantwortungsbereich und entwickeln konkrete Ansatzpunkte für eine schlüssige Markt- und Kundenbearbeitung – strategisch fundiert und direkt anschlussfähig.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- eigene Markt- und Kundenbearbeitung strukturiert reflektieren
- Stärken, Brüche und ungenutzte Potenziale in der heutigen Marktbearbeitung erkennen
- wichtigste Hebel für Positionierung, Kanäle, Kommunikation und KI identifizieren
- fragmentierte Aktivitäten bündeln und auf gemeinsame Wirkung ausrichten
- konkrete Massnahmen für den eigenen Verantwortungsbereich ableiten
- Umsetzungsschwerpunkte priorisieren
- Transfer in Organisation, Team und Führungsalltag vorbereiten

IHR ERGEBNIS

Konkrete Ansatzpunkte, um fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung zu überführen, die Vertrauen stärkt und Vertriebs Erfolg unterstützt. So stärken Sie Markt-, Kunden- und Vertriebswirkung in Ihrer Organisation.

Markt- und Kundenmanagement gezielter steuern

Sie können Markt- und Kundenmanagement gezielter steuern: Sie verstehen, wie Kunden entscheiden, wie Zielgruppen differenziert bearbeitet werden und wie Positionierung, Marke, Vertriebskanäle, Social Media und Kommunikation zusammenspielen.

Sie gewinnen konkrete Ansatzpunkte, um fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung zu überführen – mit klareren Botschaften, besserer Kanalsteuerung und engerer Abstimmung zwischen Marketing, Sales, Brand und Communication. Zudem lernen Sie, KI und digitale Tools sinnvoll für Analyse, Content, Personalisierung und Performance-Steuerung einzusetzen.

KONKRETER NUTZEN

- ✓ Kundenbedürfnisse, Kaufmotive und Entscheidungsmuster klarer erkennen
- ✓ Zielgruppen, Customer Journeys und Touchpoints systematischer steuern
- ✓ Positionierung, Markenbotschaft und Marktauftritt schärfen
- ✓ Klassische Vertriebskanäle, digitale Kanäle und Social Media wirksamer verbinden
- ✓ Marketing, Vertrieb, Marke und Kommunikation besser aufeinander abstimmen
- ✓ KI gezielter für Analyse, Content, Personalisierung und Steuerung nutzen
- ✓ Konkrete Massnahmen für den eigenen Verantwortungsbereich entwickeln

IHR ERGEBNIS

Konkrete Ansatzpunkte, um fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung zu überführen.

WIRKUNG

Klarere Botschaften, bessere Kanalsteuerung und engere Abstimmung zwischen Marketing, Sales, Brand und Communication.

LEHRKÖRPER

Führende Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis – mit jahrelanger Erfahrung in Marketing, Sales und Kommunikation.

AUSTAUSCH

Teilnehmende aus unterschiedlichen Funktionen, Branchen und Unternehmen bringen eigene Erfahrungen, Fragestellungen und Perspektiven ein.

NETZWERK

StGallen imt Alumni

Fünf Merkmale, die den Unterschied ausmachen

- 01 St. Galler Management-Ansatz**
Marketing, Sales, Brand und Communication werden nicht isoliert betrachtet, sondern als integrierte Managementaufgabe verstanden.
- 02 Praxis statt Theorie**
Modelle, Methoden, Fallbeispiele und Transferarbeit helfen, konkrete Massnahmen für den eigenen Verantwortungsbereich abzuleiten.
- 03 Austausch auf Augenhöhe**
Teilnehmende aus unterschiedlichen Funktionen, Branchen und Unternehmen bringen eigene Erfahrungen, Fragestellungen und Perspektiven ein.
- 04 Dozierende aus Praxis und Wissenschaft**
Das Seminar verbindet konzeptionelle Fundierung mit konkreter Managementpraxis.
- 05 Anschlussfähigkeit**
Das Seminar kann als Impuls für die eigene Entwicklung sowie als Einstieg in weitere Programme und Seminare der StGallen imt Business School genutzt werden.

AKADEMISCHE LEITUNG

**Dr. Christopher Pawlak**

AKADEMISCHE LEITUNG

Executive Council

Das Wichtigste im Überblick

Alle Eckdaten zum Managementseminar „Intelligent Marketing & Sales“ – Termine und Anmeldung finden Sie auf der folgenden Seite.

ORT	St. Gallen
DAUER	3 Tage · optional mit ECTS
SPRACHE	Deutsch / Englisch
ZIELGRUPPE	Führungskräfte, Nachwuchsmanager, Unternehmer
INVESTITION	CHF 2'400 · zzgl. 8,1 % MwSt.
NETZWERK	StGallen imt Alumni

KONDITIONEN



Monika Dutkiewicz

BERATUNG UND ANMELDUNG

info@imtschool.ch

+41 71 277 60 00

ADRESSE

StGallen imt
Business School
Dufourstrasse 150
9000 St. Gallen · Schweiz

HINWEIS

Termine für Unternehmen
individuell planbar –
kontaktieren Sie uns.



“

Sich kontinuierlich zu hinterfragen und
weiterzuentwickeln ist für nachhaltigen Erfolg essenziell.

Dr. Manfred Wittenstein

GRÜNDER UND EIGENTÜMER · WITTENSTEIN

ANMELDUNG

JETZT ONLINE ANMELDEN



Scannen Sie den QR-Code mit Ihrem Smartphone oder besuchen Sie **imtschool.ch** und wählen Sie das Seminar „Intelligent Marketing & Sales“.

KONDITIONEN

CHF 2'400 · zzgl. 8,1 %
MwSt.
3 Tage · St. Gallen
Deutsch / Englisch

HINWEIS

Termine für Unternehmen
individuell planbar –
kontaktieren Sie uns.

Anmeldeformular

Intelligent Marketing & Sales · 3 Tage · St. Gallen

SEMINARTERMIN WÄHLEN *

Die folgenden Termine stehen alternativ zur Auswahl.

2026

☐ 30.11.–02.12.2026 St. Gallen DEUTSCH

2027

☐ 14.–16.06.2027 St. Gallen DEUTSCH

☐ 02.–04.08.2027 St. Gallen ENGLISCH

☐ 29.11.–01.12.2027 St. Gallen DEUTSCH

PERSÖNLICHE ANGABEN

* Alle Felder sind Pflichtangaben

ANREDE *

☐ Herr☐ Frau☐ Divers

TITEL

VORNAME *

NACHNAME *

UNTERNEHMEN *

POSITION *

PLZ *

ORT *

LAND *

E-MAIL *

TELEFON *

AUSGEFÜLLTES FORMULAR SENDEN AN

info@imtschool.ch

StGallen imt Business School · Dufourstrasse 150
9000 St. Gallen · Schweiz
+41 71 277 60 00 · imtschool.ch



*Weiterbildung für Exzellenz
in Management und Technologie*

StGallen imt Business School

Dufourstrasse 150 · 9000 St. Gallen · Schweiz

info@imtschool.ch · +41 71 277 60 00 · imtschool.ch