

**LEHRGANG**

STRATEGIC DIGITAL  
MARKETING

VOM OLD-SCHOOL-MARKETING  
ZUR BEDEUTSAMEN  
POSITIONIERUNG IN DER  
DIGITALISIERTEN WELT

## LEHRGANG

# STRATEGIC DIGITAL MARKETING

Kaum eine betriebswirtschaftliche Disziplin hat in den letzten Jahren so an Bedeutung gewonnen und gleichzeitig derart massive Veränderungen durchlaufen wie das Marketing. Strategisches digitales Marketing ist mehr als eine Webseite, ein Facebook-Post oder auch ein Webshop. Die strategische Ausrichtung des digitalen Marketings und die professionelle Umsetzung entscheiden über den Erfolg!

Der strategische digitale Marketingprozess stellt für viele Unternehmen eine erhebliche Herausforderung dar, denn wenn eine Marketingstrategie überlegt wurde, so fehlt oftmals das Know-how, diese über die verschiedensten (digitalen) Marketingkanäle umzusetzen.

### Vom Produkt und Verkauf zur Customer Journey und Customer Experience

Den Blick nach außen gerichtet bedeutet digitales Marketing für ein Unternehmen, Produkte, neue Services und die Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Nach innen gesehen betrifft dies Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Prozesse im Unternehmen.

Beides führt möglicherweise zu völlig **neuen (digitalen) Marketingstrategien**, die bisheriges – mitunter branchenweit – verdrängen. Was braucht es dafür?

- Produkte und Services, die dem Kundenunternehmen einen echten **Mehrwert** liefern, der vom Unternehmen auch **überzeugend über digitale Kanäle geliefert** werden kann.
- Einen klaren **Blick auf die Wünsche und Bedürfnisse von Kundinnen und Kunden** (Customer Avatars bzw. Buyer Personas).
- Eine **starke Marke** in der lauten, kurzlebigen und vielschichtigen Online-Welt.
- Eine umfassende **Customer Experience** in einer durchgehend gestalteten „Reise“, der sogenannten **Customer Journey**, mit abgestimmten und funktionierenden Touchpoints.

### B2B, B2C - oder doch H2H?

Ein solcher Marketingansatz ist für B2B- und B2C-Unternehmen gleichermaßen relevant. Denn das Paradoxe ist: Durch digitales Marketing wird Marketing persönlicher, individueller, interaktiver und „näher“ und wandelt sich hin zu B2H (Business-to-Human) oder H2H (Human-to-Human).

### Steigern Sie Ihre Beratungskompetenz

Ziel ist es, die **Beratungskompetenz der Teilnehmenden weiterzuentwickeln** und Instrumente einzusetzen, mit denen auch im virtuellen Raum ein strategisches digitales Marketing entwickelt werden kann.

2022

Thema/Vortragende	Termin
<b>Die digitale Marketingstrategie – Digital Marketing Roadmap</b> ao.Univ.-Prof. Dr. Gernot Mödritscher FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch	Online-Workshop: 21.09.2022 14.00-17.30 Uhr
<b>Die Marke und ihre Bedeutung im digitalen Marketing Markenführung in einem veränderten Marktumfeld</b> MMag. Sabine Friesser	Webinar: 26.09.2022 17.00-18.30 Uhr
<b>Customer Avatar</b> MMag. Sabine Friesser	Webinar: 28.09.2022 17.00-20.00 Uhr
<b>Customer Journey</b> FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch	Webinar: 03.10.2022 17.00-20.00 Uhr
<b>Customer Avatar und Customer Journey – Anwendung</b> ao.Univ.-Prof. Dr. Gernot Mödritscher FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch	Präsenz-Workshop: MAXX by Steigenberger Vienna, Margaretengürtel 142, 1050 Wien: 05.10.2022 13.00-18.00 Uhr
<b>Strategisches Content Marketing</b> Bernhard Guetz, BA MSc	Webinar: 11.10.2022 17.00-20.00 Uhr
<b>Touchpoint Management</b> Bernhard Guetz, BA MSc	Webinar: 18.10.2022 17.00-20.00 Uhr
<b>Transferworkshop</b> ao.Univ.-Prof. Dr. Gernot Mödritscher Bernhard Guetz, BA MSc	Präsenz-Workshop: Rainers Hotel Vienna, Gudrunstraße 184, 1100 Wien: 25.10.2022 13.00-18.00 Uhr

## ZIELGRUPPE

Dieser Lehrgang richtet sich generell an alle Interessierte, die ihr Wissen auf dem Gebiet der Digitalisierung bzw. digitalen Transformation vertiefen und erweitern möchten und im Speziellen an die Mitglieder der Fachgruppe Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie.

Das Programm bietet sich besonders auch als Follow-Up für folgende incite-Programme an (sind jedoch keine Voraussetzung):

- [MBA in Management Consultancy](#) bzw. [MBA in IT Consultancy](#)
- [Lehrgang Digitalallotse](#)
- [Lehrgang eCommerce und Social Media](#)
- [Basisworkshop Digital Consultant](#)

## ZIEL

Die Absolventinnen und Absolventen sollen Unternehmen dabei unterstützen, strategisches digitales Marketing weiterzuentwickeln und umzusetzen. Der Lehrgang erweitert das fachliche Wissen und die eigene Beratungspraxis von Digitalisierungs-, Marketing-, Vertriebs- und eCommerce-Beraterinnen und -Beratern.

## STRUKTUR UND METHODIK

- Seminaristische **Vorträge und Webinare**, **Diskussionen** im Plenum und in **Arbeitsgruppen**
- **Innovative Online-Settings für Workshops und Sessions zur Wissensvermittlung** (z.B. Online-World-Café, Online-Bar-Camp etc.)
- Vertiefung von Themenstellungen in **interaktiven Webinaren**
- Einbringung und Aufarbeiten von Fallstudien der Teilnehmenden bzw. der Vortragenden in **Online- und Präsenzworkshops**

## ABSCHLUSS

Die Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs erhalten eine Teilnahmebestätigung.

## SEMINARORT

Webinare über passende Online-Tools und zwei Präsenzworkshops in der Wirtschaftskammer Österreich (Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien) bzw. in einem Seminarhotel in Wien.

## KOSTEN

Die Kosten für den Lehrgang betragen 1.880,- Euro (zzgl. USt).

Die im Kurspreis enthaltenen Kursmaterialien werden in digitaler Form zur Verfügung gestellt.

Sie erhalten vor Kursbeginn eine Rechnung an die von Ihnen angegebene Rechnungsadresse.

Die Zahlung erfolgt bis spätestens 14 Tage vor Kursbeginn. Die Teilnahme ohne Bezahlung des Teilnahmebeitrages ist nicht möglich.

Bankverbindung: Raiffeisen-LB NÖ-Wien, IBAN: AT92 3200 0000 1040 1289, BIC: RLNWATWW

## FÖRDERUNG

Dieser Lehrgang ist aktuell im Rahmen der **Weiterbildungsförderung im Bereich Digitalisierung** des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort – den Digital Skills Schecks – **mit 80% förderbar! Ihre Kosten nach Abzug der Förderung: EUR 376,- (zzgl. USt.).** [Nähere Infos...](#)

Weitere Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten finden Sie auf unserer [Website](#).

## ANMELDUNG

Bitte melden Sie sich über unsere [Website](#) zu diesem Lehrgang an.

Anmeldeschluss ist vier Wochen vor Lehrgangsbeginn.

Wir weisen darauf hin, dass die Anmeldungen nach Datum des Einlangens berücksichtigt werden. Aufgrund der begrenzten Seminarplätze wird eine rasche Anmeldung empfohlen.

Der Lehrgang findet mit mindestens acht und maximal 26 Teilnehmenden statt.

Wenn Sie Fragen haben, kontaktieren Sie uns bitte!

Ihre Ansprechpartnerin:  
MMag. Bianca Pilz  
05 90900-3797  
[bianca.pilz@incite.at](mailto:bianca.pilz@incite.at)



# DAS PROGRAMM IM DETAIL

## Die digitale Marketingstrategie – Digital Marketing Roadmap

- Vorstellung der Teilnehmenden
- Organisation, Aufbau und Ablauf des Lehrgangs
- Die Digitalisierung, digitale Geschäftsmodelle und Auswirkungen auf das Marketing
- Das digitale Marketing-Konzept
- Die 4Ps des Marketing-Mix neu interpretiert
- Digital Marketing Roadmap und Ausblick auf die Inhalte des Lehrgangs

## Die Marke und ihre Bedeutung im digitalen Marketing

- From Marketing to Mattering: Wie digitale Aufmerksamkeitsspannen und Überangebot neue Ansätze im Marketing erfordern
- Die wirkungsvollsten Möglichkeiten, mit Ihrer Marke herauszustechen
- Markenstrategie in einer transparenten, digitalen Welt

## Markenführung in einem veränderten Marktumfeld

- Grundlegende Fragen zum Aufbau der Marke
- Das Zusammenspiel von Geschäfts- und Markenstrategie
- Ist Ihre Marke fokussiert genug?

## Customer Avatar

- Von der Zielgruppe zum Customer Avatar / Buyer Persona
- Customer Avatare im B2C- und B2B-Marketing
- Tools und Tipps zur praktischen Umsetzung

## Customer Journey

- Customer Journey und der Einfluss der Digitalisierung
- Customer Journeys für B2C und Dienstleistungen
- Customer Journeys im B2B-Marketing

## Customer Avatar und Customer Journey – Anwendung

- Entwicklung eines Customer Avatars und einer Customer Journey anhand eines Cases
- Q&A zu den bisherigen Inhalten

## Strategisches Content Marketing

- Wie Sie mit Inhalten begeistern
- Themen und Formate im Content Marketing
- Storytelling und Texten fürs Web

## Touchpoint Management

- Auswahl von geeigneten Touchpoints
- Die wichtigsten Formen, Tools und Kennzahlen
- Trends, Zielgruppen & Werbeanzeigenmanager

## Transferworkshop

- Digital Marketing Roadmap – Roundup
- Best Practices
- Arbeit an einem konkreten Case

## Lehrgangsführung & Vortragende (alphabetisch):



### **MMag. Sabine Friesser**

verantwortet als Head of Marketing & Communications der Amiblu Group den internationalen Marktauftritt des marktführenden Industriekonzerns, der in 125 Ländern weltweit tätig ist. Sie ist Lektorin an mehreren Universitäten und Weiterbildungsinstituten und begleitet Unternehmen bei Aufbau und Weiterentwicklung ihrer Marktpräsenz. Als Level C Certified Brand Strategist liegen ihre Schwerpunkte im strategischen Markenaufbau und Markenmanagement – insbesondere in hochkompetitiven Branchen mit großem digitalem Fußabdruck.



### **Bernhard Guetz, BA MSc**

ist Lecturer/Senior Researcher im Bereich Marketing & Business Development an der Fachhochschule Kärnten. Seine Forschungsinteressen umfassen Customer Experience Management, Kunden- und Patientenzufriedenheit, Social Media und Bewertungsportale sowie Business Development und dessen aktuelle Wahrnehmung in Forschung und Praxis. Er verfügt über langjährige Praxiserfahrung in den Bereichen strategisches und operatives Marketing, insbesondere in den Gebieten Content Marketing, Promotion sowie Reputations- und Kundenzufriedenheitsmanagement.



### **ao.Univ.-Prof. Dr. Gernot Mödritscher, (wissenschaftliche & fachliche Koordination des Lehrgangs)**

ist ao. Universitätsprofessor an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Er beschäftigt sich seit den 90er-Jahren mit den Themenfeldern Digitales Marketing, Strategische Unternehmensführung und -entwicklung, Business Technologies und Transformationsprozesse. Er ist wissenschaftlicher Leiter und Vortragender in mehreren Executive Programmen (Zertifikatslehrgänge, Master- und MBA-Programme) und begleitet zahlreiche Unternehmen in deren Unternehmensentwicklung im digitalen Umfeld. Er ist Mitbegründer des Competence Circle Marketing, mit dem neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis vorgestellt, weiterentwickelt und umgesetzt werden.



### **FH-Prof. Dr. Alexander Schwarz-Musch**

ist Professor für Marketing und Marktforschung sowie Studiengangsleiter des Masterstudiengangs Business Development & Management an der Fachhochschule Kärnten. Neben seiner akademischen Laufbahn verfügt er über langjährige Erfahrung im Bereich der Unternehmensberatung. Zu seinen Arbeits- und Forschungsschwerpunkten zählen die Bereiche Business Development, Strategisches Marketing und Customer Experience Management sowie Kunden- und Patientenzufriedenheit.