



Marketing-Teams erfolgreich entwickeln

Rollen, Standing und Zusammenarbeit

Zielgruppe

Marketingleitungen, Team- und Bereichsleitungen im Marketing sowie Brand- und Category-Manager:innen, die ihr Team stärken, Rollen klären und die Zusammenarbeit wirksamer gestalten wollen.

Optimale Gruppengröße: 6-12 Personen

Essenz

Marketing-Teams arbeiten an vielen Fronten gleichzeitig: Marken, Kampagnen, Kanäle, Daten. Die Schnittstellen zu Vertrieb, Produkt und Agenturen wachsen. Ohne klare Rollen und ein gemeinsames Selbstverständnis geht Wirkung verloren.

In diesem Seminar entwickeln die Teilnehmenden ihr Marketing-Team weiter. Sie klären Rollen und Verantwortungen, stärken das Standing im Unternehmen und gestalten die Zusammenarbeit über Schnittstellen hinweg. Der Fokus liegt durchgehend auf konkreter Teamarbeit.

Nutzen

- Klare Rollen und Verantwortungen im Marketing-Team
- Stärkeres Standing des Marketings im Unternehmen
- Wirksamere Zusammenarbeit über Schnittstellen hinweg
- Mehr Fokus bei begrenzten Ressourcen
- Ein konkreter Entwicklungsplan für das eigene Team

Methodik

- Trainer-Input und Praxisbeispiele aus dem Marketing
- Team-Canvas: Rollen, Verantwortungen, Commitment
- Gruppenübungen zu Schnittstellen und Zusammenarbeit
- Reflexion der eigenen Teamsituation
- Entwicklung eines Team-Entwicklungsplans

Umfang

2 Tage

Inhalt

- Selbstverständnis des Marketings: Rolle, Beitrag und Standing im Unternehmen
- Rollen und Verantwortungen: Aufgaben klar verteilen, Doppelarbeit vermeiden
- Zusammenarbeit im Team: Vertrauen, Entscheidungswege, Feedback
- Schnittstellen gestalten: Vertrieb, Produkt, Agenturen und Dienstleister
- Prioritäten und Fokus: viele Themen bei begrenzten Ressourcen
- Neue Arbeitsformen: hybride und bereichsübergreifende Zusammenarbeit
- Transfer: Team-Entwicklungsplan für die eigene Praxis