

MARKETING LEITER/INNEN MIT EIDG. DIPLOM

MANAGEMENT VERKAUF DISTRIBUTION MARKETING
FINANZEN CONTROLLING KOMMUNIKATION ANALYSE
PERSONALMANAGEMENT DIGITAL MARKETING RECHT
DUAL-LEARNING | PRÄSENZ+VIRTUELL



HERZLICH WILLKOMMEN

Liebe Leserin, lieber Leser

Wir gratulieren Ihnen! Noch nicht zum erfolgreichen Abschluss, aber zu Ihrem Interesse, sich bei der SIMAKOM Managementschule weiter zu bilden.

Wir sind spezialisiert auf die Aus- und Weiterbildung in den Bereichen Marketing, Verkauf, HR und Management. Durch die Konzentration auf diese Kernkompetenzen profitieren Sie von einer überdurchschnittlichen Fach- und Methodenkompetenz. Die hohen Erfolgsquoten an den eidg. Prüfungen und die Feedbacks der Studierenden bestätigen dies eindrücklich.

Erfolgsfaktoren sind die modulare Kursgestaltung, der Einsatz innovativer Lehr- und Lernsystemen, die Fachdozierenden der Höheren Berufsbildung, Gastreferenten zur Praxisvertiefung und die konsequente Vorbereitung auf die eidg. Prüfungen.

SIMAKOM ist Innovationsführer und bietet als erste Schule den Bildungsgang im dual-learning an. Profitieren Sie von der Kombination von virtuellem und physischen Präsenzunterricht.

Sind Sie noch unsicher, welche Weiterbildung für Sie die richtige ist? Besuchen Sie einen Infoabend oder vereinbaren Sie mit uns ein persönliches Beratungsgespräch.

Wir freuen uns Sie persönlich kennen zu lernen.

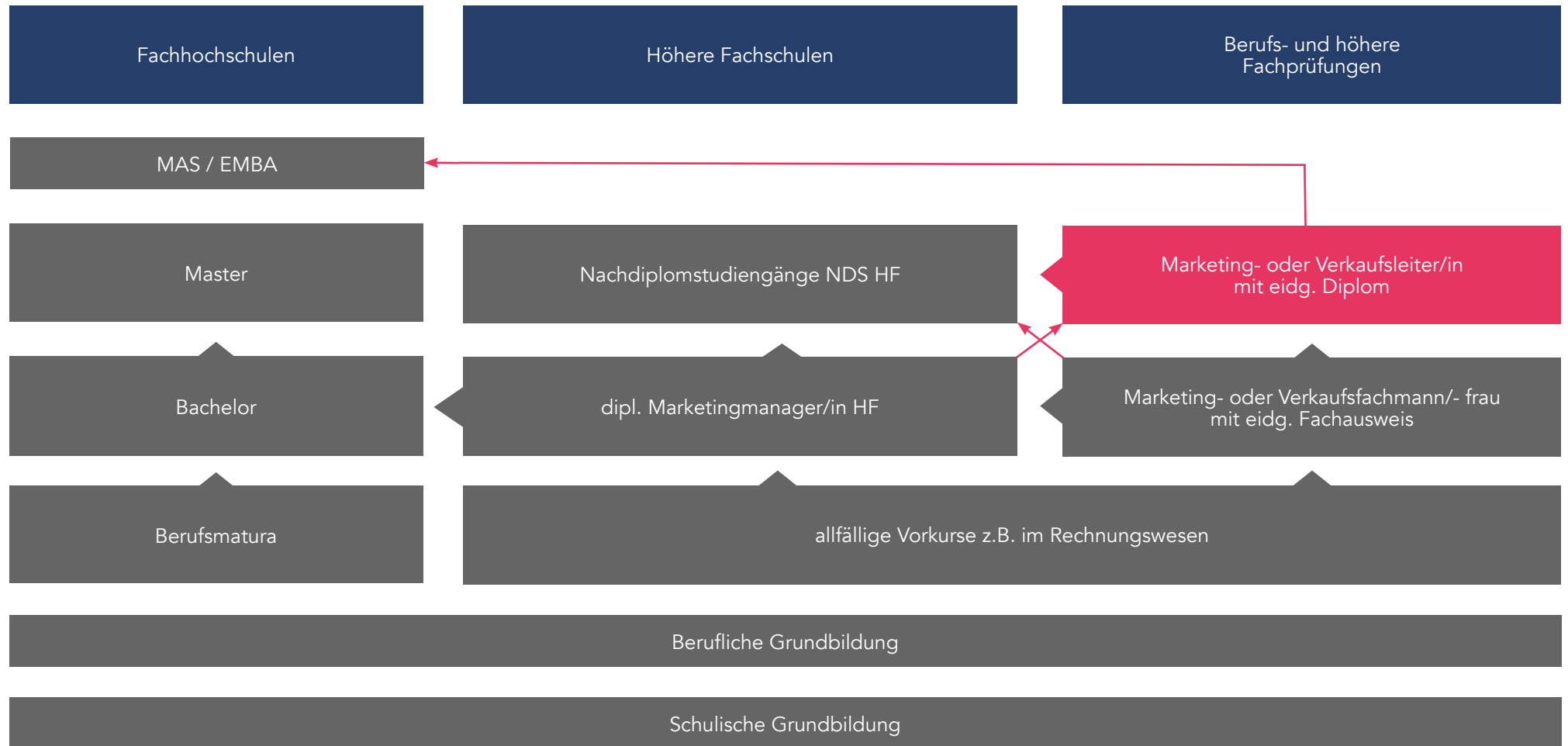
Herzliche Grüße

Samuel Schorno
Schulleitung

Interessieren Sie sich für Marketing, Verkauf, HR
oder Management?

Hier sind Sie richtig, denn wir machen nichts anderes!

BILDUNGSSYSTEM SCHWEIZ

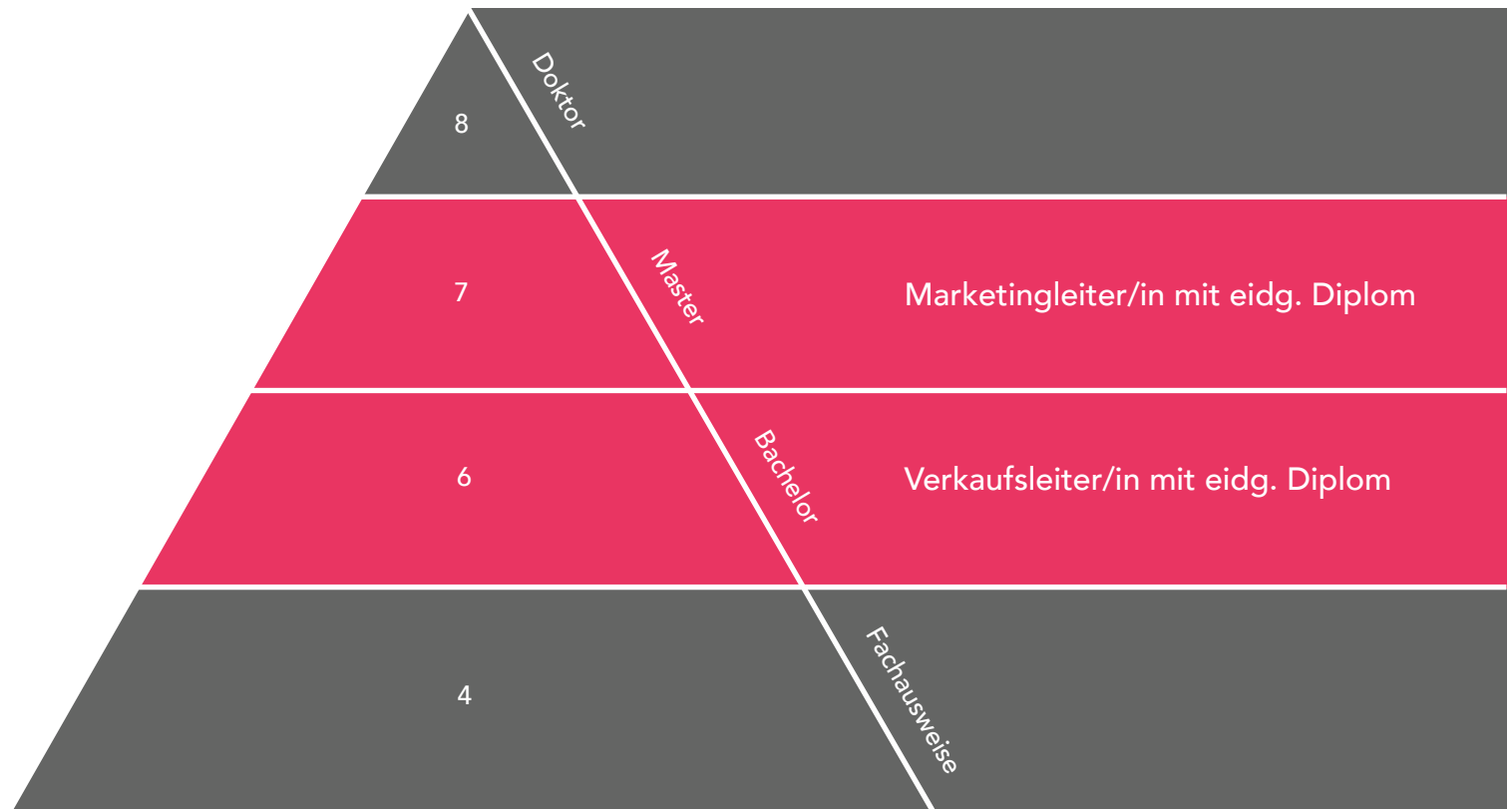


EUROPÄISCHER QUALIFIKATIONSRAHMEN EQR

Der EQR (Europäischer Qualifikationsrahmen für Lebenslanges Lernen) ist ein Referenzrahmen für alle Abschlüsse. Er umfasst acht Referenzniveaus. Sein Hauptziel ist, Transparenz und bessere Vergleichbarkeit von Qualifikationen zu schaffen und so die Mobilität in Europa sowie das lebenslange Lernen zu fördern.

Der EQR dient als Übersetzungsinstrument. Dank ihm können Berufsbildungsabschlüsse international verglichen werden und Berufsbildungsabschlüsse und Hochschulabschlüsse orientierend verglichen werden.

Der Abschluss als Verkaufsleiter wird auf Niveau 6 eingestuft, wie auch alle Bachelorabschlüsse in der Schweiz. Der Abschluss als Marketingleiter wird sogar auf Niveau 7 eingestuft, wie alle Masterabschlüsse in der Schweiz.





„Der Lernstoff wird im optimalen Verhältnis zwischen wichtiger Theorie und praktischen Beispielen vermittelt. Dies in Kombination mit sehr kompetenten und kollegialen Dozenten, bietet eine optimale Vorbereitung auf die eidgenössische Prüfung.“

Tanja Häfeli,
Marketingleiterin mit eidg. Diplom

MARKETINGLEITER/IN MIT EIDG. DIPLOM MARKETING DIRECTOR

Arbeitsgebiet

Die Marketingleiter/innen tragen die Gesamtverantwortung für das Marketing eines Unternehmens. Ihr Arbeitsbereich umfasst die Steuerung sämtlicher Marketingprozesse, von der Analyse der Marktsituation über die Entwicklung der Strategien, der Gestaltung von Marktleistungen bis hin zur Bearbeitung des Marktes. In der Regel sind Marketingleiter/innen Mitglied der Geschäftsleitung.

Berufsausübung

Die Marketingleiter/innen tragen in ihrem Beruf eine grosse Verantwortung und leisten mit ihrer Arbeit einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Ihre strategischen Entscheide haben grossen Einfluss auf die Ausgestaltung des Wertschöpfungsprozesses des Unternehmens. Die Marketingleiter/innen haben in der Regel Führungsverantwortung.

Beitrag des Berufes an Wirtschaft und Gesellschaft

Die Marketingleiter/innen tragen mit ihrer Arbeit wesentlich zur Erhaltung und Förderung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bei und leisten damit einen Beitrag zum volkswirtschaftlichen Wohlergehen. Sie erkennen Bedürfnisse und Trends in der Gesellschaft frühzeitig und sind fähig, diese mit dem richtigen Angebot zu befriedigen. Ihre Handlungsweise ist geprägt von einer umweltbewussten und ressourcenschonenden Haltung.

Diplom

Das Bestehen der eidg. Prüfung berechtigt zum Führen des staatlich geschützten Titels:

Marketingleiter/in mit eidg. Diplom

Die Europa-Zertifikate von Swiss Marketing ergänzen Schweizer Bildungsabschlüsse mit einheitlichen, international gängigen Berufsbezeichnungen. Der europäische Titel ist marketing director.

ZULASSUNGSBEDINGUNGEN

Zur Prüfung wird zugelassen, wer:

A) einen eidgenössischen Fachausweis der branchenspezifischen Berufsprüfungen (Marketing- oder Verkaufsfachmann/-frau), ein Diplom einer anderen höheren Fachprüfung, ein Diplom einer Höheren Fachschule oder ein Diplom einer Hochschule besitzt

und

mindestens 3 Jahre Praxis in leitender Funktion im Marketing nachweisen kann und/oder objektverantwortlicher Funktion.

oder

B) ein eidgenössisches Fähigkeitszeugnis einer mindestens dreijährigen beruflichen Grundbildung, ein Diplom einer anerkannten Handelsmittelschule, Fachmittelschule oder ein Maturitätszeugnis besitzt

und

mindestens 6 Jahre Praxis, davon 3 Jahre in leitender und/oder objektverantwortlicher Funktion, im Marketing nachweisen kann.

Stichtag für den Nachweis der Berufspraxis

Die geforderte Berufspraxis muss zum Zeitpunkt der schriftlichen Prüfung erfüllt sein. Über die Gleichwertigkeit von ausländischen Ausweisen entscheidet das SBFJ (Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation).

Vorabklärung Prüfungszulassung

Die Prüfungszulassung kann vor Beginn des Bildungsgangs bei der Prüfungskommission abgeklärt werden. Das entsprechende Formular beziehen Sie direkt auf der Webseite von suxxess.org.

Marketingleiter/in -> Zulassung

VORBILDUNG STUDIERENDE

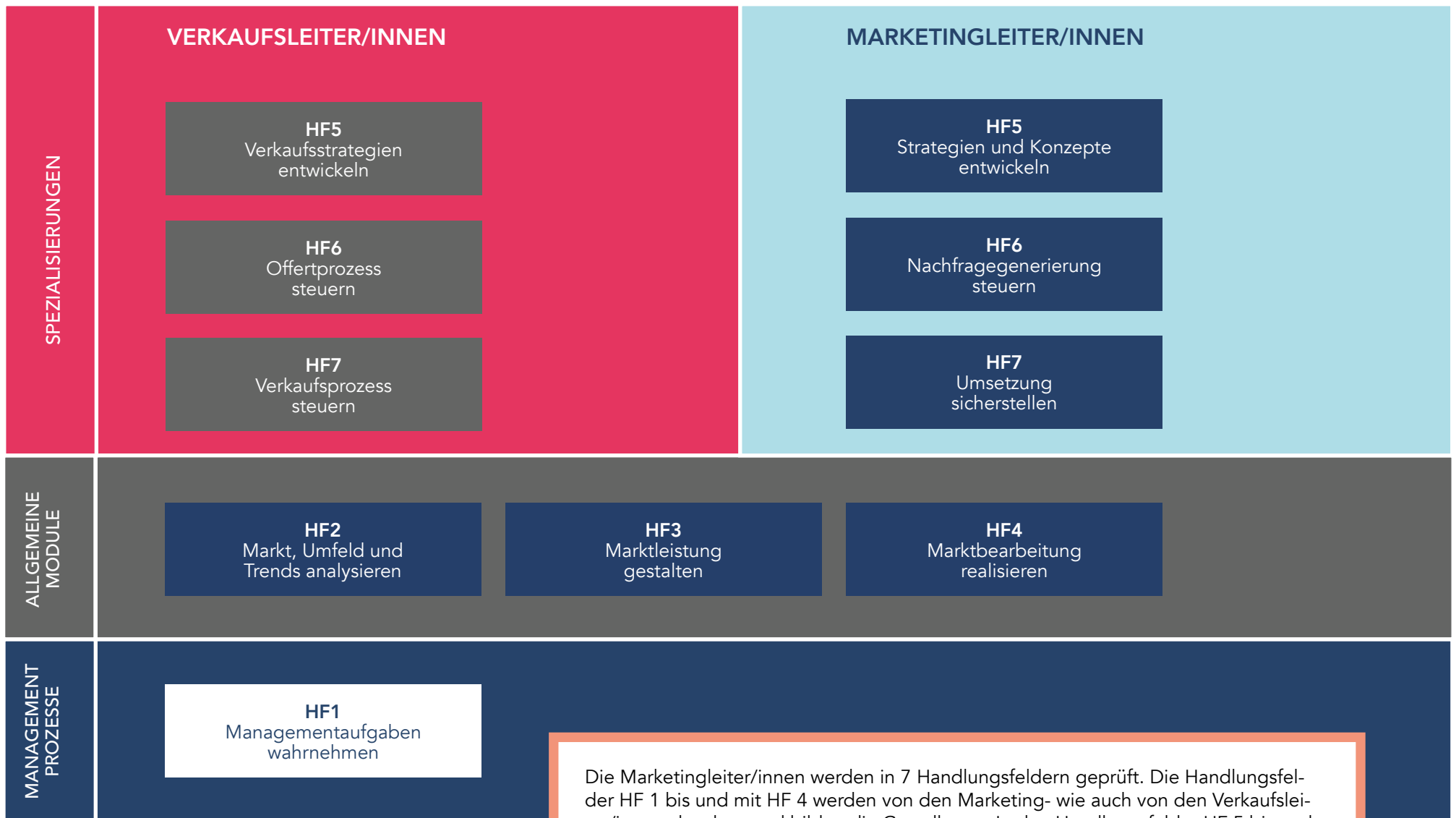
Unser Ziel ist ein möglichst effizienter Unterricht. Aus diesem Grunde setzen wir zusätzlich zu den Zulassungsbedingungen der eidg. Prüfungskommission eine geeignete Grundbildung für den Unterricht voraus. Dies können sein:

- Marketingfachleute / Verkaufsfachleute
- Kommunikationsplaner/in
- Technische Kaufleute
- DH-Spezialisten
- FH-/HF-Absolventen
- oder adäquate Vorbildung sur dossier

Infrastruktur

Für die Unterrichtsform dual-learning benötigen Sie einen PC, Mac oder Laptop, ein Headset und eine stabile Internetverbindung.

ÜBERSICHT HANDLUNGSFELDER



Die Marketingleiter/innen werden in 7 Handlungsfeldern geprüft. Die Handlungsfelder HF 1 bis und mit HF 4 werden von den Marketing- wie auch von den Verkaufsleiter/innen abgelegt und bilden die Grundlagen. In den Handlungsfelder HF 5 bis und mit HF 7 findet die Spezialisierung statt.

GEMEINSAME HANDLUNGSFELDER

HANDLUNGSFELD 1:

Managementaufgaben wahrnehmen

In ihrem Arbeitsalltag setzen die Leitungspersonen eine sachorientierte und wirksame Arbeitstechnik ein. Die Leitungspersonen führen ihre Organisationen zielorientiert. Sie formulieren realistische und motivierende persönliche Ziele sowie Arbeitsziele. Die Leitungspersonen bauen ihr internes und externes Netzwerk strategisch auf und pflegen dieses aktiv. Sie besuchen Messen und pflegen Kontakte zu verschiedenen Anspruchsgruppen und nutzen die aktuellen elektronischen Plattformen wie Social Media etc. und tauschen sich regelmässig mit Berufskollegen aus.

Sie überprüfen periodisch die Zielerreichung und führen mit den Mitarbeitenden im Team wie auch persönlich Gespräche zu Feedbacks, Massnahmen und Zielvereinbarungen. Sie beurteilen Mitarbeitende regelmässig und definieren aufgrund des Entwicklungsbedarfes entsprechende Massnahmen zu deren Kompetenzentwicklung. Auch in schwierigen Situationen führen die Leitungspersonen professionell und entwickeln geeignete Lösungen. Die Leitungspersonen planen und begleiten Veränderungsprozesse. Sie definieren Zielsetzungen und leiten daraus die notwendigen Massnahmen für die operative Umsetzung ab. Die Leitungspersonen definieren zu den personellen Vakanzten die notwendigen Anforderungen, selektieren gegebenenfalls in Zusammenarbeit mit Spezialisten die geeigneten Mitarbeitenden und stellen deren optimale Einführung sicher.

Sie sind für die rasche und gezielte Information der Mitarbeitenden über die passenden Informationskanäle verantwortlich. Sie fördern den aktiven, sachlichen Austausch unter den Mitarbeitenden, um den kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu unterstützen. Die Leitungspersonen erstellen Budgets, welche auf das Gesamtbudget abgestimmt sind. Sie kalkulieren Umsätze, Absätze und Deckungsbeiträge und präsentieren das Budget der vorgesetzten Stelle. Sie stellen die Budgetkontrolle regelmässig anhand der Soll-Ist-Vergleiche sicher, definieren geeignete Massnahmen zur Zielerreichung und setzen diese um. Sie rapportieren die Zahlen in geeigneter Form.

HANDLUNGSFELD 2:

Markt, Umfeld und Trends analysieren

Die Leitungspersonen beschaffen regelmässig Daten aus bereits vorhandenen Informationsquellen und werten diese aus. Die Analyse der Beschaffungs- und Absatzmärkte auf die Consumer/Customer-Insights erachten die Leitungspersonen als elementarer und handlungsleitender Bestandteil ihrer Arbeit. Kontinuierlich werden über verschiedene Kanäle oder über Marktforschungsinstitute Kennzahlen beschafft (wie Umsatz, Absatz, Umsatzpenetration, Kaufacts, Preis- und Promotionsentwicklung der eigenen Marken und Produkte wie auch jene der Konkurrenz und der jeweiligen Kanäle, aber auch Markenbewusstsein, Imagefaktoren, Kaufbereitschaft oder Konsumhäufigkeit). Können die Informationsbedürfnisse durch sekundäre Marktforschung nicht abgedeckt werden, beauftragen die Leitungspersonen die entsprechenden internen und/oder externen Spezialisten mit der Analyse von Kunden- und Konsumentenbefragungen, Fokusgruppen, Konsumentenpanels und Kunden-/Konsumentenzufriedenheitsanalysen.

Die Leitungspersonen können mit der Beschaffung von Daten aus der primären und sekundären Marktforschung und geeigneten Tools das Marktgeschehen inkl. eigenem Unternehmen und anderen Marktteilnehmern analysieren. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse setzen die Leitungspersonen im Sinne des Unternehmens ein. Mit geeigneten statistischen Verfahren können Sie aufgrund gewählter Kennzahlen Daten aufbereiten. Sie kennen die aktuellen Bedürfnisse der Marktteilnehmer, deren Entwicklung und können daraus Trends ableiten. Sie erkennen frühzeitig Innovationen, welche den relevanten Markt beeinflussen. Für Trends und Innovation erarbeiten und betreuen sie systematische Prozesse, welche die wirtschaftliche Zukunft des Unternehmens sichern.

HANDLUNGSFELDER

MARKETINGLEITER/INNEN

HANDLUNGSFELD 3: *Marktleistung gestalten*

Die Leitungspersonen sind verantwortlich für die Marktleistungs- und Sortimentspolitik und gestalten die eigentliche Marktleistung des Unternehmens. Sie überwachen die Entwicklung von neuen Produkten/ Dienstleistungen und planen die erfolgreiche Einführung im Markt. Mit der Sortiment- und Markenpolitik positionieren sie die Marktleistungen gemäss Vorgaben aus der Marketingstrategie.

Die Leitungspersonen legen die Preisstrategie fest und entscheiden über die Konditionen in den verschiedenen Absatzkanälen. Die Qualität der Marktleistung und deren Verpackungen sowie der Neben- und Zusatzleistungen werden von den Leitungspersonen regelmässig auf die Kundenbedürfnisse hin überprüft.

Das Innovationsmanagement wird von den Leitungspersonen geleitet und kontrolliert. Ideen und Vorschläge werden regelmässig zusammengefasst und mit den Markttrends in Einklang gebracht.

HANDLUNGSFELD 4 : *Marktbearbeitung realisieren*

Die Leitungspersonen beteiligen sich massgeblich an der Ausarbeitung von Customer Intelligence Systemen. Sie überprüfen die Konsumentenloyalitätsprogramme und führen regelmässige Wirkungskontrollen durch. Die Leitungspersonen stehen in regelmässigem Kontakt zu den wichtigsten und grössten Kunden im In- und Ausland. Sie bereiten Kundendaten und Verkaufszahlen auf.

Sie kennen die individuellen Bedürfnisse der Kunden und entwickeln Zusatzangebote im Sinne von Cross Selling Optionen. Sie legen die konzeptionellen Grundlagen für das CRM fest und sind für die Kontrolle, Pflege und Optimierung verantwortlich. Die Leitungspersonen verantworten den Umsetzungsprozess eines Kommunikationsplanes auch im Sinne einer integrierten Multichannel Kommunikation. Insbesondere betrifft dies auch die Steuerung der absatzrelevanten Live-Marketing Instrumente wie Verkaufsförderung/POS-Gestaltung, Sponsoring, Events und Messen.

HANDLUNGSFELD 5: *Konzepte und Strategien entwickeln*

Die Marketingleiter/innen entwickeln die Marketingstrategie bzw. passen die aktuelle Strategie an veränderte Gegebenheiten an. In der Marketingstrategie definieren sie Märkte/Teilmärkte sowie Segmente und erarbeiten eine Wettbewerbs- und eine Marktbearbeitungsstrategie. Die Fähigkeit des Erkennens der Relevanz von Markttrends und Customer-Insights für das eigene Produkt werden genauso vorausgesetzt, wie das Ableiten der entsprechenden Massnahmen. Die auftragsbezogene Entwicklung einer Kommunikationsstrategie gehört genauso dazu wie Expansionsstrategien für das In- und Ausland zu entwickeln.

HANDLUNGSFELD 6: *Nachfragegenerierung steuern*

Die Marketingleiter/innen definieren die Reise, die ein Kunde unternimmt, dabei unterteilen sie die Reise in unterschiedliche Zyklen. Das gesamte Kundenerlebnis wird durch sie definiert und verbindlich für die ganze Organisation beschrieben. Eine der Hauptaufgabe ist es, potentielle Kunden zu interessieren, zu identifizieren und an das Unternehmen heran zu führen. Den Marketingleiter/innen obliegt die Verantwortung für die Kommunikationskampagnen, sie entscheiden über die Inhalte und die Umsetzung der Kampagnen sowie über die Werbekanäle, die Werbeinstrumente, den Mediamix und auch über die finanziellen Mittel und Ressourcen.

HANDLUNGSFELD 7 : *Umsetzung sicherstellen*

Die Marketingleiter/innen erstellen einen Marketingplan für ein Produkt, eine Produktgruppe, eine strategische Geschäftseinheit oder für das gesamte Unternehmen, immer abgestimmt und hergeleitet aus der Marketingstrategie und den Produkt- und Innovationskonzepten. Sie legen Höhe und Struktur des Marketingbudgets fest und führen entsprechende Kennzahlen zur Fortschritts- und Erfolgskontrolle. Die Marketingleiter/innen planen für grössere Vorhaben in ihrem Bereich die Projekte systematisch. Die relevanten Prozesse ihrer Organisation werden konkret in Aufgaben definiert und mit den internen Abteilungen koordiniert. Eine der Hauptaufgaben der Marketingleiter/innen liegt in der permanenten Überprüfung und Anpassung ihrer Aufbauorganisation.



STUDIENDESIGN

Um Sie optimal auf die eidg. Prüfung und Ihre Praxis vorzubereiten und Ihnen eine angenehme Lernatmosphäre zu bieten, gliedern wir die Ausbildung in verschiedene Stufen.

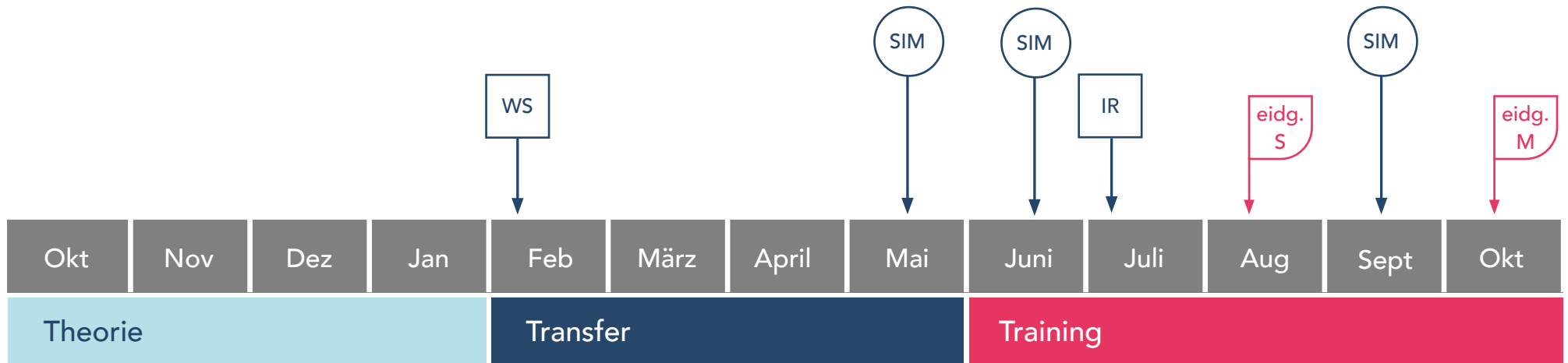


Wir machen Ihnen das Lernen so einfach wie möglich. Während dem Bildungsgang erhalten Sie Zugang auf unsere E-Learning-Plattform und haben via App immer alle Dokumente in Ihrer Hosentasche.

Modular vernetzt

Der Lehrstoff wird in praxisgerechte Module aufgeteilt, welche eine zielgerichtete Vernetzung des komplexen Lehrstoffes ermöglichen.

AUSBILDUNGSKONZEPT



Theorie

Wir vermitteln Ihnen die Theorie mit strukturierten und bewerten Lehrmitteln. Hier erarbeiten wir zusammen mit Ihnen das Fundament für Ihren erfolgreichen Abschluss.

Transfer

Sie wenden Ihre theoretischen Kenntnisse an konkreten Praxisbeispielen, Fallstudien und Transferaufgaben an.

Training

Wir bereiten Sie zielgerichtet auf die eidg. Prüfungen vor. Einerseits werden Sie viele vergangene eidg. Prüfungsserien und Fallstudien lösen, die anschliessend von den Dozierenden korrigiert und besprochen werden. Andererseits werden Sie vier Prüfungssimulationen absolvieren, damit Sie sich unter realen Bedingungen an die eidg. Prüfungssituation gewöhnen.

WS

In einem Workshop (WS) starten wir den Transfer von der Theorie in die Praxis. Sie werden das Gelernte an Fallbeispielen anwenden und so die Theorie mit der Praxis vernetzen.

SIM

Sie legen bei uns zwei schriftliche- und eine mündliche Prüfungssimulation (SIM) ab. Sie werden sich an die Prüfungssituation gewöhnen, das Zeitmanagement in den Griff bekommen und Dank einer strukturierten Arbeitsweise mit Freude an die eidg. Prüfungen gehen.

IR

Im Intensivrepertorium wird der Lernstoff nochmals repetiert und allfällige Lücken werden geschlossen. Sie können auch im Vorfeld bei den Dozierenden Themen einreichen, die nochmals behandeln werden sollten.

eidg.
S

Die eidgenössische schriftliche Prüfung findet über zwei Tage in Basel statt.

eidg.
M

Die eidgenössische mündliche Prüfung findet an einem Tag in Luzern statt.



Wir vereinen das Beste aus beiden Unterrichtsarten. Das Resultat ist ein höchsteffizienter Unterricht und mehr Zeit für die wesentlichen Sachen.

DUAL-LEARNING

DER EFFIZIENTESTE UNTERRICHTSMIX

Physischer Unterricht

Der physische Kontakt zu Dozierenden und Studierenden ist enorm wichtig und kann nicht vollständig durch einen virtuellen Unterricht ersetzt werden. Sie treffen sich durchschnittlich einmal pro Woche am Unterrichtsort Ihrer Wahl. Ca. 50 Prozent des Unterrichts findet physisch statt.

- + Physische, soziale Nähe
- + Hervorragend geeignet für Rollenspiele, Präsentationen
- + Kennenlernen auf persönlicher Ebene
- + Tapetenwechsel

Virtueller Unterricht

Der virtuelle Unterricht findet bei uns einerseits über Microsoft Teams statt. Auf dieser Plattform können Unterlagen geteilt werden und es gibt einen Klassenchat. Andererseits arbeiten wir mit einem separaten Programm, welches unsere virtuellen Klassenzimmer abbildet. Sie sehen und hören den Dozierenden und auch Ihre Mitstudierenden in Echtzeit via Videochat. Ebenfalls können Sie zu jederzeit Fragen stellen und es gibt auch die Möglichkeit für Gruppenarbeiten in separaten digitalen Räumen zu arbeiten oder sich auszutauschen. Sie können sich auch ausserhalb der Unterrichtszeiten mit ihren Mitstudierenden in einem virtuellen Raum treffen um zu lernen.

- + Zeitersparnis, da keine Anfahrtswege
- + Kostenersparnis für Anreise und evtl. Parkplätze
- + Schnelle Umsetzung und einfache Handhabung
- + Mehrdimensional mit Teams und virtuellen Klassenräumen

Begleitetes Lernen

Im begleiteten Lernen werden die Studierenden im selbständigen, eigenverantwortlichen Lernen unterstützt.

ORGANISATION

Unterrichtszeiten

Die Unterrichtszeiten der verschiedenen Kursorte finden Sie auf www.simakom.ch.

Ferien

Die Ferien richten sich im Normalfall nach den Schulferien der Kursorte. Ausgenommen bei Prüfungsvorbereitungen, Workshops und Prüfungen.

Eidgenössische Prüfungen

Die eidg. Prüfungen finden einmal pro Jahr statt (März schriftlich / April mündlich).

Investition / Finanzielle Unterstützung durch den Bund

Bildungsgänge, die auf eidgenössische Fachausweise und Diplome vorbereiten, werden vom Staat finanziell unterstützt. Sie finden die aktuellen Preise online auf www.simakom.ch.

Anmeldung für Bildungsgänge

Die Anmeldung erfolgt online auf www.simakom.ch

Sind Sie noch unsicher, welche Weiterbildung die richtige für Sie ist?

Rufen Sie uns an, besuchen Sie einen Infoabend oder vereinbaren Sie ein persönliches Gespräch mit uns.

KURSORTE

Luzern

Hochschule Luzern – Wirtschaft
Zentralstrasse 9
6003 Luzern

Sursee

FOCUS Hotel
Industriestrasse 3
6210 Sursee

Zofingen

Berufsschule Zofingen
Bildungszentrum BZZ
Strengelbacherstrasse 27
4800 Zofingen

Rotkreuz

Hochschule Luzern
Surstoffi 12
6343 Rotkreuz



Bildungsgänge, die auf eidgenössische Fachausweise und Diplome vorbereiten, werden vom Staat finanziell unterstützt. Sie finden die aktuellen Preise online auf www.simakom.ch.



Werden Sie ein Teil von SIMAKOM.
Wir setzen alles daran, damit Sie mit
Lust am Lernen Ihr persönliches Ziel erreichen.

SIMAKOM MANAGEMENTSCHULE

Spezialisierte Fachschule

SIMAKOM ist die spezialisierte Fachschule für Marketing, Verkauf, HR und Management. Durch die Konzentration auf unsere Kernkompetenzen erreichen die SIMAKOM-Studierenden überdurchschnittliche Erfolgsquoten an den eidgenössischen Fachprüfungen.

Unternehmenskultur

Wir pflegen eine offene Feedback-Kultur zwischen Studierenden, Dozierenden und Schulleitung. Die Umgangssprache ist «Du».

Praxiserfahrene Dozierende

Die Qualität der Dozierenden ist ein erheblicher Bestandteil unseres Erfolges. Alle Dozierenden der SIMAKOM sind Spezialisten auf ihrem Gebiet und arbeiten in den Bereichen welche Sie auch unterrichten.

Modernste Infrastruktur

Die Unterrichtsräume sind hell und mit modernster Technik ausgestattet. Alle Kursorte der SIMAKOM sind zentral und mit dem ÖV gut erreichbar und es befinden sich Parkplätze in der Nähe.

eduQua zertifiziert

Das Label eduQua überprüft die Qualität von Weiterbildungsanbietern in der ganzen Schweiz. Das Zertifikat garantiert einen hohen Qualitätsstandard.



AUSSERGEWÖHNLICHE ERFOLGE



**BESTE MARKETINGLEITERIN
2023 DER SCHWEIZ**
FLAVIA KUSTER, SIMAKOM



**BESTE VERKAUFSLEITERIN
2023 DER SCHWEIZ**
JASMIN KAUFMANN, SIMAKOM



**BESTE MARKETINGLEITERIN
2021 DER SCHWEIZ**
LARA ZURMÜHLE, SIMAKOM



**GRUNDLAGEN SCHRIFTLICH
BESTE PRÜFUNG 2022**
ANGELA NADLER, SIMAKOM



**INTEGRATIVE FALLSTUDIE ANALYSE
BESTE PRÜFUNG 2018**
MIRJAM STÖCKLI, SIMAKOM



100% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGFACHLEUTE 2023



89% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGFACHLEUTE 2022



100% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGLEITERINNEN 2021



86% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGFACHLEUTE 2020



91% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGFACHLEUTE 2019

KONTAKT

SIMAKOM Managementschule
Winkelriedstrasse 35
6003 Luzern
041 210 66 66
info@simakom.ch

www.simakom.ch

Unsere Geschäftsstelle befindet sich nur fünf Gehminuten vom Bahnhof Luzern entfernt.

Wenn Sie mit dem Auto unterwegs sind, parkieren Sie im Kantonalbankparking, im Parking Hirzenmatt oder im Bahnhof Parking.

Vereinbaren Sie noch heute einen Termin für ein persönliches Beratungsgespräch bei uns.

Wir freuen uns über einen Besuch von Ihnen.



www.facebook.com/simakom.ch

Detaillierte Unterlagen zu den einzelnen Lehrgängen und Kursen, Daten der Infoabende und die aktuellen Preise finden Sie auf www.simakom.ch.

SIMAKOM

Managementschule
Winkelriedstrasse 35
6003 Luzern
041 210 66 66
info@simakom.ch