

# VERKAUFS 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.

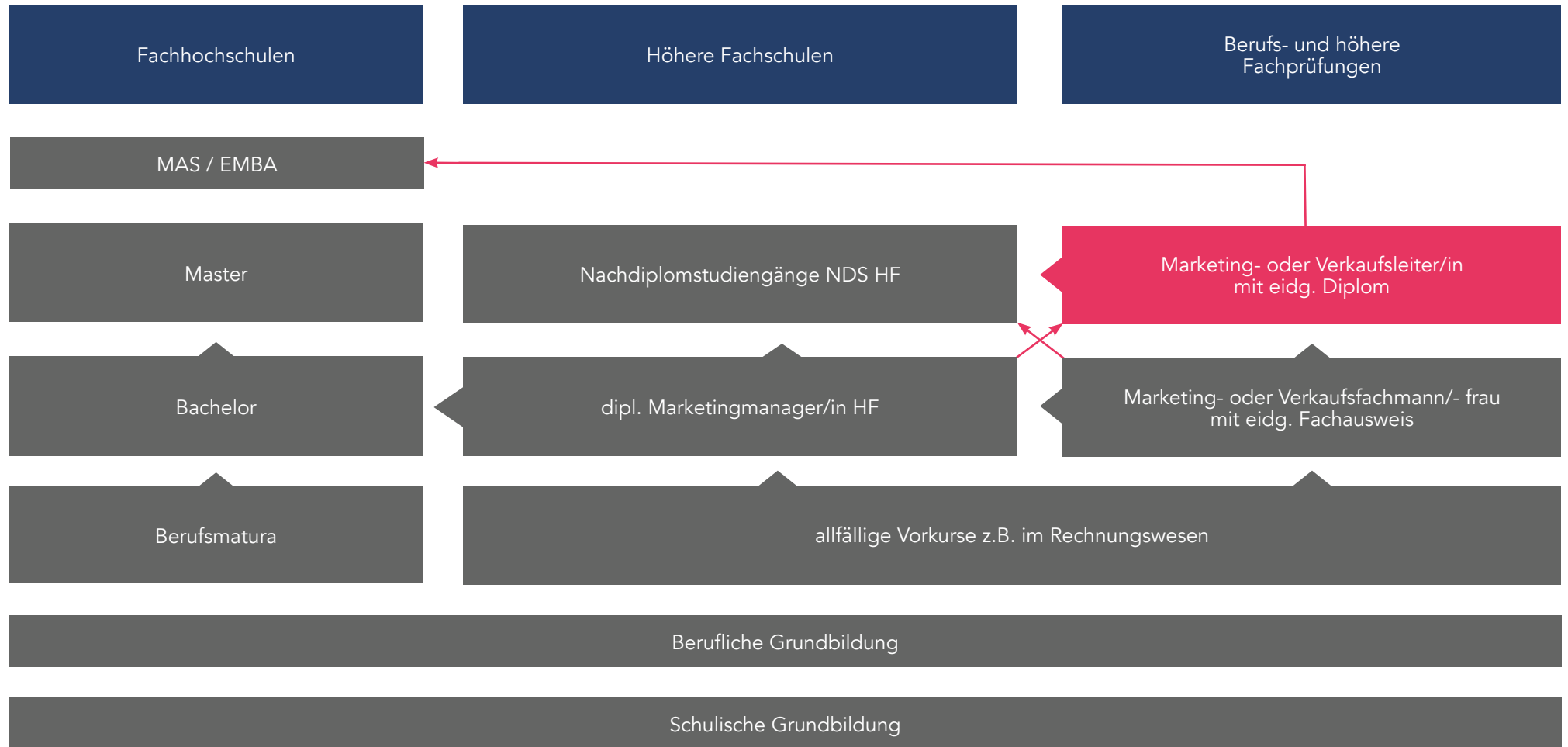
Herzliche Grüße

Samuel Schorno  
Schulleitung

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

Hier sind Sie richtig, denn wir machen nichts anderes!

# BILDUNGSSYSTEM SCHWEIZ

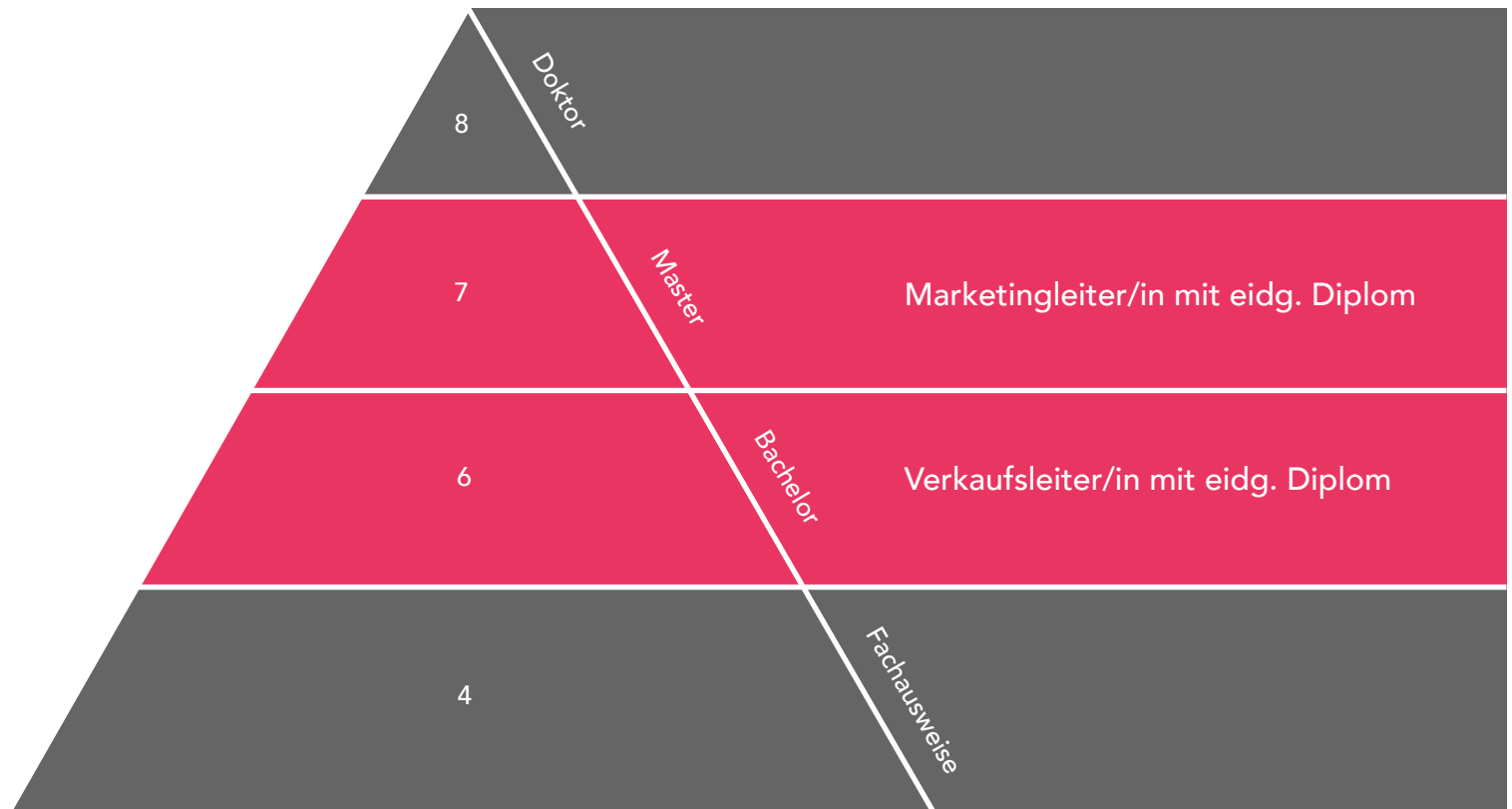


# EUROPÄISCHER QUALIFIKATIONSRAHMEN EQR

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.





„Die Weiterbildung hilft mir tagtäglich in meinem Beruf mit neuen Herausforderungen umzugehen. Bei der SIMAKOM wurden wir optimal auf die eidg. Prüfungen, wie auch auf den Berufsalltag, vorbereitet. Strukturierte Unterlagen, super Dozenten und eine entspannte Lernatmosphäre sind sicher Teil des Erfolges der SIMAKOM.“

**André Burkard,**  
Verkaufsleiter mit eidg. Diplom

## VERKAUFSLEITER/IN MIT EIDG. DIPLOM SALES DIRECTOR

### Arbeitsgebiet

Die Verkaufsleiter/innen tragen die Gesamtverantwortung für den Verkauf eines Unternehmens. Sie steuern in ihrem Arbeitsbereich sämtliche Verkaufsprozesse und sind verantwortlich für die Erwirtschaftung von existenzsichernden Deckungsbeiträgen und Zuwachsraten gemäss den Unternehmenszielen. In der Regel sind Verkaufsleiter/innen Mitglied der Geschäftsleitung.

### Berufsausübung

Die Verkaufsleiter/innen tragen in ihrem Beruf, gegenüber den Kunden, Partnern und den Mitarbeitenden, eine sehr grosse Verantwortung. Sie beeinflussen mit ihren Entscheiden, ihrer Haltung und ihrer Handlungsweise ganz wesentlich den Unternehmenserfolg. Die Verkaufsleiter/innen haben in der Regel Führungsverantwortung.

### Beitrag des Berufes an Wirtschaft und Gesellschaft

Die Verkaufsleiter/innen tragen mit ihrer Arbeit ganz wesentlich zur Sicherung und Optimierung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bei. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung und Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung. Mit dem Ziel der Förderung der Nachhaltigkeit, sind all ihre Entscheidungen von einer umweltbewussten Haltung geprägt.

### Diplom

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

### Verkaufsleiter/in mit eidg. Diplom

Die Europa-Zertifikate von Swiss Marketing ergänzen Schweizer Bildungsabschlüsse mit einheitlichen, international gängigen Berufsbezeichnungen. Der europäische Titel ist sales 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 Verkauf 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 Verkauf 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](http://suxxess.org).

Verkaufsleiter/in -> Zulassung

## VORBILDUNG STUDIERENDE

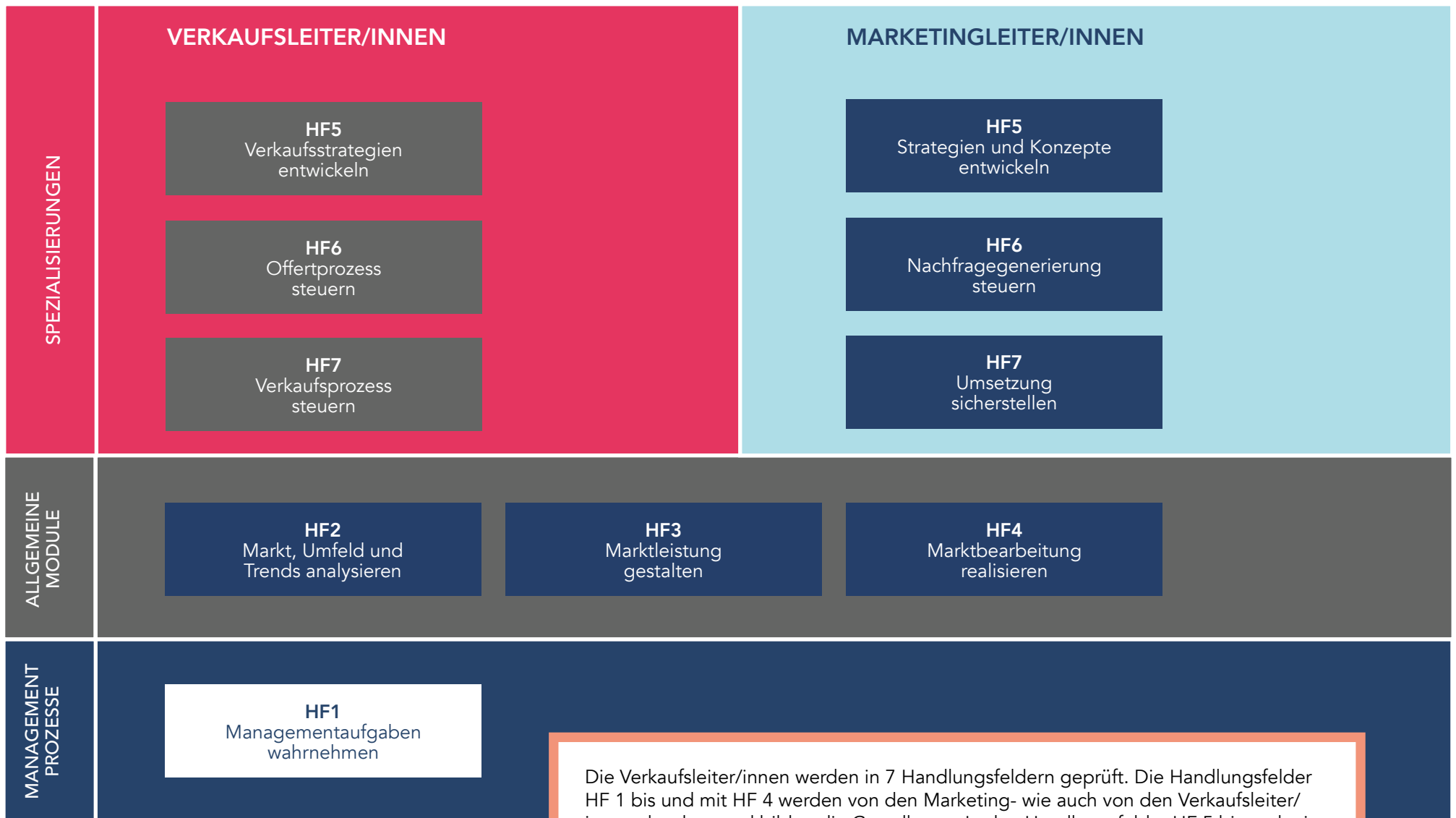
Unser Ziel ist ein möglichst effizienter Unterricht. Aus diesem Grunde setzen wir zusätzlich zu den Zulassungsbedingungen der eidg. Prüfungskommission eine geeignete Grundbildung für den Unterricht voraus. Dies können sein:

- 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 Verkaufsleiter/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.



### **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.

## **HANDLUNGSFELDER**

### **VERKAUFSLEITER/INNEN MIT**

### **VERTIEFUNG VERKAUFSMANAGEMENT**

### **HANDLUNGSFELD 5:**

#### ***Verkaufsstrategie entwickeln***

Die Verkaufsleiter/innen formulieren - basierend auf der Unternehmens- und Marketingstrategie - die langfristigen strategischen Ziele für den Verkauf. Die Verkaufsstrategie ist das zentrale Element der Verkaufsplanung. Basierend auf einer umfassenden Analyse werden die Verkaufsziele festgesetzt, die Verkaufsstrategie definiert und die Verkaufspläne erarbeitet. Daraus abgeleitet werden Aussagen zu den Kosten und zu möglichen Kontrollmassnahmen getätigt. Die Verkaufsleiter/innen evaluieren Partnerschaften, um stets eine erfolgreiche Vertriebsorganisation sicherstellen zu können.

### **HANDLUNGSFELD 6:**

#### ***Offertprozess steuern***

Die Verkaufsleiter/innen verantworten den Offertprozess. Sie gestalten den Leistungsumfang und den Preis gemäss den Vorstellungen der Kunden und den Rahmenbedingungen der strategischen Preisgestaltung. Sie geben dem Innen- und Aussendienst Anweisungen für die Angebotsgestaltung und argumentieren bei Abweichungen gegenüber den Mitarbeitenden und Kunden überzeugend. Präsentationen, Vertragsverhandlungen und Abschlüsse werden von den Verkaufsleiter/innen beaufsichtigt oder selbst wahrgenommen. Sie begleiten die AD oder KAM zu Kundenbesuchen und unterstützen die Mitarbeitenden beim Abschluss der Verkaufsverhandlungen.

### **HANDLUNGSFELD 7 :**

#### ***Verkaufsprozess steuern***

Aufgrund der Marktstruktur analysieren die Verkaufsleiter/innen zusammen mit der Geschäftsleitung die Absatzkanäle, leiten daraus das Potenzial für das eigene Unternehmen ab und nehmen die Umsatz- und Absatzplanung vor. Dabei erstellen sie abgeleitet von der Verkaufsstrategie Konzepte für die Umsetzung über alle Kanäle. Sie erstellen dazu markenbezogene Verkaufsförderungskonzepte und begleiten die Umsetzung der Massnahmen. Sie kontrollieren die Verkaufszahlen regelmässig und leiten bei Bedarf Massnahmen ein. Sie sind bei der Akquisition die Leadgeneratoren und geben ihren Verkäufern die Zielsetzungen und Erwartungen vor, abgestimmt auf die Verkaufsziele und die Verkaufsstrategie.



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.

## STUDIENDESIGN

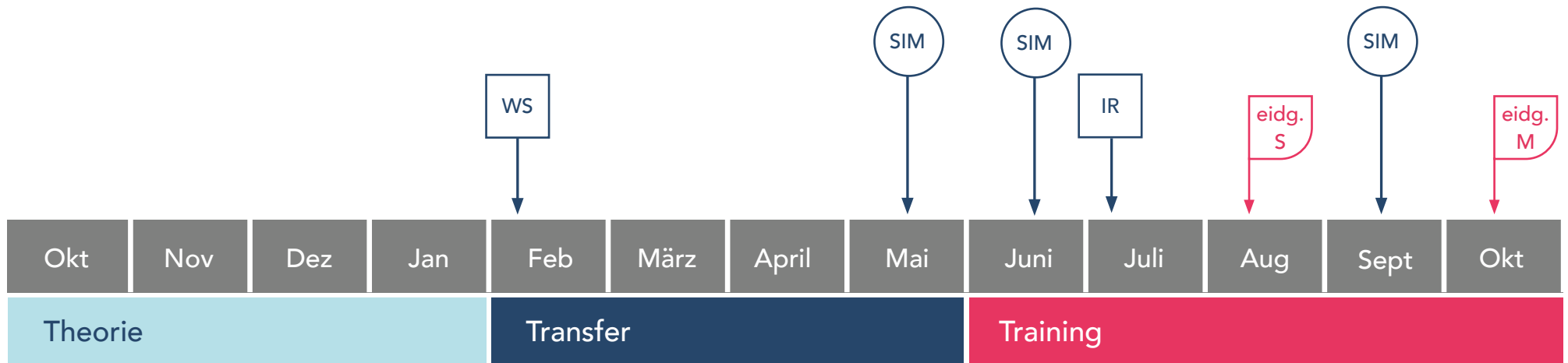
Um Sie optimal auf die eidg. Prüfung und Ihre Praxis vorzubereiten und Ihnen eine angenehme Lernatmosphäre zu bieten, gliedern wir die Ausbildung in verschiedene Stufen.



### 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 bewerteten 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 behandelt 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](http://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](http://www.simakom.ch).

## Anmeldung für Bildungsgänge

Die Anmeldung erfolgt online auf [www.simakom.ch](http://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](http://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](http://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](https://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](http://www.simakom.ch).

SIMAKOM

Managementschule  
Winkelriedstrasse 35  
6003 Luzern  
041 210 66 66  
[info@simakom.ch](mailto:info@simakom.ch)