

Außen- und Innendienst- Controlling in der Praxis

3-tägiges Intensivtraining

Um was es geht

Controlling ist tätigkeitsorientiert. Controlling klärt Ergebnisse, Finanzen, Prozesse und Strategien und sorgt für deren Transparenz und so für die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens. Controlling koordiniert Teilziele sowie Teilpläne und organisiert unternehmensübergreifend ein zukunftsorientiertes Berichtswesen. Controlling moderiert die Entscheidungsprozesse so, dass jeder Entscheidungsträger zielorientiert handeln kann. Controlling sichert die dazu erforderliche Daten- und Informationsversorgung. Controlling gestaltet und pflegt Controllingssysteme.

Der Controller ist am Zielbildungsprozess beteiligt. In Zusammenarbeit mit der obersten Führungsebene führt er die Teilziele der Bereiche zu einem ganzheitlichen und abgestimmten Zielsystem zusammen.

Unter "Kontrolle" versteht man die systematische Überwachung des Geschäftsverlaufs durch Vergleich von erreichten Ist-Werten mit geplanten Soll-Größen. Es empfiehlt sich, neben den ursprünglich festgeschriebenen Planwerten, die sich verändernden, mitlaufenden Soll-Werte separat zu dokumentieren. Nur so ist eine aussagekräftige Überprüfung des Geschäftsverlaufs zu jedem denkbaren Zeitpunkt möglich.

Unter "Controlling" versteht man die Steuerung von Prozessen im Unternehmen um zielgerecht agieren zu können.

Zielgruppen

Dieser Lehrgang richtet sich an alle, die die Steuerung von Außen- und Innendienst verantworten.

Ihr persönlicher Nutzen

In diesem Seminar erlernen Sie den heutigen Stand beim Controlling von Außen- und Innendienst.

Außen- und Innendienst-Controlling in der Praxis (3 Tage)

Hier lernen Sie

- Aufbau und Umsetzung eines wirkungsvollen Außen- und Innendienst-Controlling-Konzeptes
- Möglichkeiten zur Gestaltung des Außendienst-Controlling als Selbststeuerungs-Prozess für den Vertrieb
- Controlling-Vernetzung und Controlling-Synergien zwischen Außendienst und Innendienst
- Effiziente Führung und Coaching von Verkäufern im Außen- und Innendienst mit Hilfe von Controlling-Methoden und Kennzahlen

Inhalt

Außendienst-Controlling und Selbststeuerung des Außendienst-Einsatzes

Operative Instrumente des Außendienst-Controlling

- Effiziente Methoden des Verkaufsgebiets-Controlling
- Festlegung der Verkaufsgebietsziele mit Hilfe des Vertriebs-Controlling
- Kennzahlen für die Ergebnisnavigation im Verkaufsbezirk
- Einsatz gebietsrelevanter Produktivitäts-Kennzahlen
- Bewertung quantitativer und qualitativer Erfolge im Außendienst
- Möglichkeiten der Selbststeuerung des Außendienstes mit Hilfe von Kennzahlen

Das Handwerkzeug für sinnvolle Controllingmaßnahmen

- Die Deckungsbeitragsanalyse
- Kennzahlen und Kennzahlen-Systeme
- Möglichkeiten der Datengewinnung und Datenanalyse
- Spezifische Techniken und Methoden im Außendienst-Controlling: ABC-Analyse, Portfolio-Technik, Brake-Even-Analyse, Profit-Center-Analyse etc.

Das Außendienst-Controlling als Impuls für Außendienstmanager

- Quantitative und qualitative Leistungs- und Zielerreichungsbeurteilung von Verkaufs-Mitarbeitern und Verkaufs-Teams
- Einsatz von Deckungsbeitragsanalysen zur Ergebnisbeurteilung im Außendienst
- Analyse von Bezirksergebnissen nach Deckungsbeiträgen
- Analyse und Folgen des Rabattgebarens durch den Außendienst
- Maßnahmen zur Akzeptanzschaffung im Außendienst für das Controllingsystem
- Kennzahlengestützte Selbststeuerungs-Prozesse im Außendienst
- Entwicklung einer Systematik für die Ergebnisnavigation in den Verkaufsgebieten und Bezirken
- Motivation der Außendienst-Mitarbeiter zur stärkeren Selbststeuerung mit Hilfe von Kennzahlen

Vertriebssteuerung durch Kennzahlen

- Grundlagen für Vertriebscontrolling-Kennzahlen-Systeme
- Bereichs- und Gebietskennzahlen
- Bestandsgrößen, Außendienstdaten, externe Daten
- Ermittlung von Spitzenkennzahlen

- Auswertung von Vertriebscontrolling-Kennzahlen-Systemen
- Kunden-Rentabilitätsanalysen
- Die Aufgaben des Außendienstmitarbeiters als Bezirkscontroller

Vertriebssteuerung durch Entwicklung von CRM-Strategien und CRM-Konzepten

- Change-Management im CRM
- Entwicklung einer CRM-Strategie
- Methoden zur Strategie-Entwicklung
- Bewertung verschiedener CRM-Ansätze und -Maßnahmen
- Das Kundencontrolling als Baustein eines effektiven Außendienst-Controlling-Systems
- Analyse der Kundentypen und Kundenprozesse des eigenen Unternehmens
- Kunden-Controlling mit der Kunden-DATA-Base mit Plausibilitäts-Checks

Besonderheiten im Außendienst-Controlling

- Was klappt ohne Probleme und was nicht?
- Voraussetzungen für das Außendienst-Controlling
- Minimalanforderungen an die Organisation und den Datenfluss
- Tipps für die Umsetzung von Außendienst-Controlling-Konzepten in der Praxis
- Das Verkäufer-Cockpit für den Außendienst
- Entwicklung von Kennzahlen zum Aufbau eines Key-Account-Controlling-Systems
- Identifikation verdeckter Vertriebsprobleme mit Hilfe des Außen- und Innendienst-Controlling

Innendienst-Controlling

Voraussetzungen und Ziele des Innendienst-Controllings

- Anforderungen an ein ausgewogenes Innendienst-Kennzahlensystem
- Der Innendienst auf dem Prüfstand: Die Tätigkeitsanalyse im Innendienst
- Reklamationsbearbeitung, Akquisitionsbearbeitung, administrative und sonstige Tätigkeiten
- Checkliste zur Überprüfung der Tätigkeiten im Innendienst

Die Beurteilung des Innendienstes mit Kennzahlen

- Kennzahlenbegriff, Kennzahlenarten und Kennzahlensysteme im Innendienst
- Entwicklung und Aufbau eines effektiven Kennzahlen-Systems zur Leistungsmessung und Aktivitätenbewertung im Innendienst
- Die Top-Kennzahlen im Innendienst
- Tätigkeitskennzahlen, Teamkennzahlen, Ergebniskennzahlen, Kennzahlen zur Zusammenarbeit von Innen- und Außendienst
- Kennzahlen zur ertragsorientierten Führung im Innendienst: Absatz, Umsatz und Deckungsbeitragsbemessung

Führung der Innendienst-Mitarbeiter mit Kennzahlen

- Wie man kennzahlengesteuert führt
- Effektive Zielvereinbarungen mit Kennzahlen
- Fehlbesetzungen mit Kennzahlen aufdecken und Talente erkennen - was sagen die Kennzahlen?

Der Innendienst als Controller des Marktgeschehens und der Kundenbewertung

- Durchführung qualifizierter Marktanalysen durch den Innendienst: SWOT- und GAP-Analysen
- Die Controlling-Aufgaben des Innendienstes im Rahmen des Vertriebscontrolling
- Kunden-, Gebiets- und Konkurrenzanalysen
- Beurteilung von Neukunden-Gewinnung und C-Kunden-Management mit dem Innendienst
- Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit, Reklamationen und Preismonitoring

Workshop: Schritt für Schritt zur individuellen Kennzahl

- Konkrete Ziele definieren
- Analyse der bestehenden Kennzahlen
- Entwicklung der individuellen Kennzahlen

Der Report an die Geschäftsleitung

- Effizientes Innendienst-Berichtswesen
- Welche Kennzahlen sind wirklich interessant?
- Soll-/Ist-Vergleiche mit Kennzahlen
- Die optische Aufbereitung

Führung und Coaching mit Methoden und Daten des Controlling

Der Zusammenhang zwischen Führung, Coaching und Controlling

- Wichtige Zusammenhänge zwischen Budgetierung und Zielsetzung
- Die Führung von Außen- und Innendienst und der Zusammenhang zum Vertriebscontrolling
- Einsatz der Balanced-Score-Card für individuelles Verkäufer-Coaching
- Coaching der Mitarbeiter im Innen- und Außendienst als Basis sinnvoller Controlling-Maßnahmen
- Budgetierung von Außen- und Innendienst im Rahmen des Controllings

Führen mit Kennzahlen

- Grundvoraussetzungen für die Anwendung von Kennzahlen als Führungsinstrument
- Verkäuferführung mit Kennzahlen
- Festlegung von akzeptablen Vertriebszielen mit Hilfe des Vertriebscontrolling
- Klassische Bewertungsmöglichkeiten von Vertrieb und Außendienst
- Festlegung der Ziele und die Ermittlung der Spitzenkennzahlen
- Entwicklung aussagefähiger Kennziffern zur Beurteilung und Bewertung der Außendienst-Tätigkeiten

Vertriebskosten und Controlling

- Die richtige Produktivitätsmessung der Aktivitäten von Außen- und Innendienst
- Analyse und Steuerung der Vertriebskosten mit Methoden des Außen- und Innendienst-Controlling
- Kontrolle der Besuchs- und Kontaktkosten
- Aufbau eines effektiven Reporting-Systems für Außen- und Innendienst
- Wichtige Zusammenhänge zwischen Außendienst-Controlling und Verkäufervergütung
- Zielerreichung durch Anreiz- und Entlohnungssysteme für Außen- und Innendienst

Methoden

Interaktiver Vortrag, Diskussion von Praxisfällen, Gruppenarbeiten, Übungen und Erfahrungsaustausch

Dieses Seminar können Sie als Inhouse Training buchen. Fordern Sie Ihr unverbindliches Angebot an. Buchungsnummer 2010-02-03-01

Heckl Consulting Hamburg

Werderstrasse 58
20149 Hamburg / Harvestehude
Telefon +49 40 4104643
Fax +49 40 448597
info@heckl-consulting.de
www.heckl-consulting.de