

Außendienststeuerung

2-tägiges Seminar

Mit den richtigen Methoden zum Vertriebserfolg



Um was es geht

Sind auch Sie gefordert, Ihren Außendienst so auszurichten, dass Sie jetzt und auch in Zukunft erfolgreich am Markt bestehen können? Die Zeiten werden härter und das merken Sie natürlich auch.

Daher ist es unerlässlich, Ihren Außendienst möglichst effektiv und zielgerichtet zu steuern und ihn dahin zu bringen, den Markt zu analysieren und rechtzeitig die Reißleine zu ziehen, bevor es zu spät ist. Die dafür geeigneten Maßnahmen und Kennzahlen, Tipps und Tricks erhalten Sie in diesem Seminar.

Zielgruppen

Dieses Seminar richtet sich branchenübergreifend an Geschäftsführer mit Vertriebsverantwortung, Vertriebsleiter, Verkaufsleiter, Gebiets- und Regionalverkaufsleiter, die ihren Außendienst noch effizienter steuern wollen. Außerdem angesprochen sind Fach- und Führungskräfte aus dem Controlling und Vertriebscontrolling ebenso wie Vertriebsmitarbeiter, die ihr Verkaufsgebiet analysieren wollen, um langfristig erfolgreich zu sein.

Ihr persönlicher Nutzen

Durch zielorientierte Steuerung zu höheren Umsätzen:

- Die richtigen Kennzahlen für die Ergebnisnavigation in Ihrem Verkaufsgebiet
- Mit den wichtigsten Verfahren der Kostenrechnung und Preiskalkulation mehr verkaufen
- Die vertriebliche Nutzung des Web 2.0 und Social Media
- Eine optimale CRM-Strategie entwickeln
- · Qualitative Marktanalysen mit SWOT und GAP durchführen
- · Außendienst im 3-stufigen Vertrieb steuern
- Reporting durch Soll-/Ist-Vergleiche mit Kennzahlen erstellen



Hier lernen Sie

- wie Sie mit den richtigen Kennzahlen Ihr Verkaufsgebiet analysieren und weiterentwickeln.
- mit den richtigen KPIs Ihr Vertriebsverhalten erfolgreicher zu steuern.
- Preiseinwände mit Hilfe der Betriebswirtschaft zu entkräften.
- die optimale CRM-Strategie f
 ür Ihr Unternehmen zu entwickeln.
- wie Sie Ihr Außendienst-Controlling-Konzept erstellen.
- Ihre Reports so auszustatten, dass Sie bei Ihrer Geschäftsleitung punkten.
- versteckte Vertriebsprobleme mit Hilfe des Außendienst-Controllings zu identifizieren.
- auch im Außendienst qualifizierte Marktanalysen durchzuführen.

Inhalt

Die wichtigsten Instrumente für die Steuerung des Außendienstes

- Effiziente Methoden der Analyse des Verkaufsgebiets
- Techniken zur Festlegung der eigenen Verkaufsgebietsziele
- KPIs (Kennzahlen) für die Ergebnisnavigation im Verkaufsbezirk
- Einsatz gebietsrelevanter Produktivitäts-Kennzahlen
- Bewertung quantitativer und qualitativer Erfolge im Außendienst
- Möglichkeiten und Grenzen mithilfe von Kennzahlen ermitteln

Das Handwerkszeug für sinnvolle Steuerungsmaßnahmen

- Die Deckungsbeitragsanalyse
- Kennzahlen und Kennzahlen-Systeme
- Möglichkeiten der Datengewinnung und Datenanalyse
- Spezifische Techniken und Methoden im Außendienst-Controlling: ABC-Analyse, Portfolio-Technik, Break-Even-Analyse und Pay-off-Periode
- Einsatz der Balanced Scorecard als Beispiel für eine individuelle Außendienst-Steuerung

Mehr verkaufen mit betriebswirtschaftlichem Know-how

- Das betriebswirtschaftlich relevante Instrumentarium des Verkäufers
- Die wichtigsten Begriffe aus der Kostenrechnung
- Die Bedeutung von Kennzahlen für die Argumentation im Verkaufsgespräch
- · Die wichtigsten Verfahren der Kostenrechnung und der Preiskalkulation
- Daten und Fakten bei Handel und Industrie: Wie geht man mit Statistiken um?
- Entkräften von Preiseinwänden mithilfe der Betriebswirtschaft



... Inhalt

Neue Anforderungen an die Argumentation der Verkaufspraktiker

- Trends im Vertrieb im Rahmen des Web 2.0
- Argumentation mit betriebswirtschaftlichen Fakten und Kennzahlen
- · Die wichtigsten Kennzahlen in der Verkaufsargumentation für Vertriebspraktiker
- Einwände auf die Argumentation des Kunden und wie man ihnen betriebswirtschaftlich begegnet
- · Analyse und Folgen des Rabattgebarens durch den Außendienst
- Rabatte aus betriebswirtschaftlicher und psychologischer Sicht
- Verkaufserfolge mit der DPR (Direkte-Produkt- Rentabilität)
- Aufbau einer betriebswirtschaftlichen Argumentationsmatrix

Workshop: Argumentation mit Kennzahlen

- Analyse der bestehenden Kennzahlen
- Entwicklung individueller Kennzahlen zur Kundenargumentation und zum Eigencontrolling

Die Außendienststeuerung 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
- Motivation der Außendienst-Mitarbeiter zur stärkeren Selbststeuerung mithilfe von Kennzahlen

Steuerung des eigenen Vertriebsgebiets mit Kennzahlen

- Bereichs- und Gebietskennzahlen
- Bestandsgrößen, Außendienstdaten, externe Daten
- Ermittlung von Spitzenkennzahlen
- Lesen von Statistiken zu Absatz, Umsatz und Deckungsbeitrag
- Auswertung von Vertriebscontrolling-Kennzahlen-Systemen
- Kunden-Rentabilitätsanalysen
- Die Aufgaben des Außendienstmitarbeiters als Bezirkscontroller

Vertriebssteuerung durch die Entwicklung von CRM-Strategien und CRM-Konzepten

- Entwicklung einer CRM-Strategie
- Bewertung verschiedener CRM-Ansätze und -Maßnahmen
- · Das Kundencontrolling als Baustein eines effektiven Außendienst-Steuerungs-Systems
- Analyse der Kundentypen und Kundenprozesse des eigenen Unternehmens
- Kunden-Controlling



... Inhalt

Workshop: Entwicklung eines Verkaufskonzepts für das eigene Gebiet

- · Definition konkreter Ziele
- · Erstellung eines Verkaufs-Stufenplans als Grundlage des Verkaufskonzepts

Besonderheiten bei der Außendienststeuerung

- Was klappt ohne Probleme und was nicht?
- Voraussetzungen für die Außendienst-Steuerung
- Minimalanforderungen an die Organisation und den Datenfluss
- Tipps für die Umsetzung von Außendienst-Controlling-Konzepten in der Praxis
- Entwicklung von Kennzahlen zum Aufbau eines Key-Account-Controlling-Systems
- Identifikation verdeckter Vertriebsprobleme mithilfe des Außendienst-Controllings

Der Außendienst als Controller des Markt- geschehens und der Kundenbewertung

- Durchführung qualifizierter Marktanalysen: SWOT- und GAP-Analysen
- Die Controlling-Aufgaben des Außendienstes im Rahmen des Vertriebscontrollings
- Kunden-, Gebiets- und Konkurrenzanalysen
- Beurteilung von Neukunden-Gewinnung und ABC-Kunden-Management mit dem Außendienst
- Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit, Reklamationen und Preismonitoring

Der Report an die Verkaufs- und Geschäftsleitung

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

Vertriebskosten und Vertriebskostensteuerung

- Die richtige Produktivitätsmessung der eigenen Aktivitäten im Außendienst
- Analyse und Steuerung der Vertriebskosten
- Kontrolle der Besuchs- und Kontaktkosten
- Aufbau eines effektiven Berichtswesens zum Eigengebrauch für den Außendienst: Erstellung einer Kunden-DATA-Base
- Weitergabe von Informationen an das Unternehmen im Rahmen von Reporting-Systemen

Methoden

Unsere Experten zeigen Ihnen in Theorie und Praxis, anhand von Vorträgen, vielen praktischen Übungen und Workshops, worauf es bei der Außendienststeuerung wirklich ankommt. Profitieren Sie vom Erfahrungsaustausch mit den anderen Seminarteilnehmern. Für Ihren Alltag erhalten Sie konkrete Praxistipps, die Sie gleich umsetzen können.



Teilnahmebescheinigung

Zum Abschluss der Veranstaltung erhalten Sie eine qualifizierte Teilnahmebescheinigung der HCH mit detaillierter Auflistung der vermittelten Seminarinhalte.

Buchung und Buchungsnummer 2013-04-16-01

Für dieses Seminar können Sie sich direkt anmelden oder es als Inhouse Training buchen.

Einzelanmeldung (Direktanmeldung)

Sie können sich formlos per Fax, Telefon oder eMail unter Nennung Ihres Namens, Adresse und Telefonnummer bei uns mit der oben genannten Buchungsnummer unverbindlich anmelden. Sie erhalten umgehend eine Bestätigung Ihrer unverbindlichen Buchung sowie alternative Termin- und Ortsvorschläge für die Veranstaltung. Erst nachdem Sie sich für einen der alternativen Termine bzw. Orte entschieden haben wird aus Ihrer unverbindlichen eine verbindlichen Buchung. Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation € 1.395,00. Sollten Sie nicht alleine, sondern mit mehreren Personen an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir ab dem zweiten Teilnehmer 10% Preisnachlass auf die Gesamtsumme. Bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Bei Absagen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn ist die halbe Seminargebühr fällig. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Inhouse Training

Bei der Buchung als Inhouse Training berechnen wir für das zweitägige Seminar € 4.400,00. Hinzu kommen Reisekosten und Auslagen nach tatsächlichem Aufwand, alternativ pauschalisiert. Fahrtkosten mit dem PKW verrechnen wir mit € 0,55 pro gefahrenem km. Die Organisation von Übernachtung und Seminarraum obliegt dem Kunden, ebenso die Stellung der für das Seminar notwendigen Seminartechnik, wie z.B. Flip-Chart, Metaplanwand und Karten, TV, Beamer, Telefonanlage, Videokamera etc. Gerne sind wir bei der Organisation und Vorbereitung behilflich. Die Vervielfältigung der Seminarunterlagen liegt beim Kunden, soweit nichts anderes vereinbart. Gerne übernehmen wir diese Aufgabe auf Selbstkostenbasis, alternativ pauschalisiert. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Heckl Consulting Hamburg

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