

Steigern Sie die Performance Ihres Vertriebs:

Effiziente Vertriebssteuerung

So setzen Sie effektive Planungs- und Steuerungsmethoden zielgerichtet ein:

- Ihr Handwerkszeug für die erfolgreiche Vertriebssteuerung
- Analyseverfahren für Produkte, Konkurrenten und Gebiete
- Mit der richtigen CRM-Strategie den Vertrieb steuern
- Durch ansprechende Vergütungssysteme Mitarbeiter motivieren
- Die Steuerung des Innendienstes mit Kennzahlen
- Vertriebscontrolling gezielt einsetzen

Ihr PLUS:

Profitieren Sie von den exklusiven Praxisberichten der Ensys AG und der STIEBEL ELTRON GmbH & Co.KG.

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

25. und 26. Februar 2015 in Frankfurt/M.

17. und 18. März 2015 in Köln

11. und 12. Mai 2015 in München

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

Ihr Handwerkszeug:

- ✓ ABC-Analyse
- ✓ Portfolio-Technik
- ✓ Break-Even-Analyse
- ✓ Pay-off-Period
- ✓ Key Performance Indicators
- ✓ GAP und SWOT-Analysen

Ihre Referenten:



Florian Bruns
**STIEBEL ELTRON
GmbH & Co. KG**



Ronald Heckl
**HCH Heckl Consulting
Hamburg**



Andreas Hergaß
Ensys AG

So beurteilen ehemalige Teilnehmer dieses Management Circle-Seminar:

- ◆ „Zu empfehlen, Erwartungen übertroffen.“
M. Stock, Kistler Instrumente GmbH
- ◆ „Durch die kritisch-konstruktiven Tools ergeben sich neue Sichtweisen für neue Strukturen. Mit diesen Tools haben wir eine praktikable Auswahl für unser Unternehmen.“
U. Graner, Seeber + Partner GmbH


MANAGEMENT CIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Ihre Telefon-Hotline: + 49 (0) 61 96/47 22-700

So steuern Sie Ihre Vertriebsabteilung noch effizienter



Ihr Seminarleiter:
Ronald Heckl, Inhaber, **HCH Heckl Consulting Hamburg**, Hamburg

Begrüßung durch den Seminarleiter

Die Kernaufgaben der Vertriebssteuerung

- Steuerung der Marktbearbeitung und Ressourcen
- Management von Zielkonflikten
- Entlohnung und Anreize von Vertriebsmitarbeitern
- Controllingprozesse: Durchführung einer kontinuierlichen Ziel- und Prämissenkontrolle

Klassische Aufgaben und Ziele der Vertriebssteuerung

- Vertriebsdenken in Kosten-Nutzen-Relationen
- (Vertriebs-)Steuerung und Controlling als zentrale Unternehmensfunktion
- Beurteilung von Daten: Wer liefert Daten und warum?
- Minimalanforderungen an die Organisation und den Datenfluss
- Widerstände und wie man mit diesen umgeht
- Erstellung, Pflege und Erreichung von Vertriebszielen
- Analyse der Absatzwege: Zielgruppenanalysen
- Soll-Ist-Vergleiche als zentrales Vertriebssteuerungsinstrument

Das Handwerkzeug für die Vertriebssteuerung

- Berichtswesen und Informationssysteme
- Verkaufsplanung und Budgetierung
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme im Vertrieb
- Die Kosten- und Leistungsrechnung im Vertrieb
- Grundlagen zur Deckungsbeitragsrechnung und Deckungsbeitragsanalyse
- Spezifische Methoden: ABC-Analyse, Portfolio-Technik, Break-Even-Analyse und Pay-off-Periode
- Einsatz der Balanced-Score-Card als Beispiel für eine individuelle Vertriebssteuerung
- Möglichkeiten der Datengewinnung und Datenanalyse

Die wichtigsten Instrumente für die Selbststeuerung des Vertriebs

- Effiziente Methoden der Analyse des Verkaufsgebiets
- Techniken zur Festlegung der eigenen Verkaufsgebietsziele
- KPIs (Key Performance Indicators) für die Ergebnisnavigation im Verkaufsbezirk
- Einsatz gebietsrelevanter Produktivitäts-Kennzahlen
- Bewertung quantitativer und qualitativer Erfolge
- Möglichkeiten und Grenzen der Selbststeuerung

Spezifische Analyseverfahren

- Analyse bestehender Produkte
- Neuprodukte und deren Durchsetzung im Markt
- Methoden der Marktforschung zur Konkurrenzanalyse
- Auswertung von Vertriebsberichten zur Konkurrenzsituation

- Analyse von Konkurrenzunterlagen
- Ermittlung der USPs (Unique Selling Points)
- GAP- und SWOT-Analysen
- Scoringmodelle zur Wettbewerbsbeurteilung
- Durchleuchtung von Verkaufsbezirken
- Verkaufsbezirke als Profit-Center
- Reorganisation von Verkaufsbezirken

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 Vertriebs-Controlling-Systems
- Analyse der Kundentypen und Kundenprozesse des eigenen Unternehmens

(Wie) lässt sich der Vertrieb steuern?

- Vertrieb in einem mittelständischen Energiehandelsunternehmen
- Erfolgreiche Zusammenarbeit von Vertriebsinnen- und -außendienst
- Erfolgreiche Zusammenarbeit Vertrieb und (Risiko-) Controlling
- Anreizsysteme für den Außendienst (Key Account Manager)
- Anwendung des Handwerkzeugs der Vertriebssteuerung
- Aufbau unternehmensinternes Vertriebsreporting



Andreas Hergaß
Chief Operating Officer,
Ensys AG,
Frankfurt



Vergütungssysteme für den Vertrieb

- Konventionelle Entlohnungssysteme: vom Fixgehalt bis zum Incentive
- Herausforderungen für den Vertrieb von heute: Bausteine motivierender Vergütungskonzepte
- Moderne leistungsorientierte Vergütungsmodelle
- Deckungsbeitragsorientierte Entlohnungssysteme: der Profit-Center-Ansatz
- Prämienziele und Team-Prämien-Systeme
- Vor- und Nachteile verschiedener Vergütungssysteme
- Der Weg zu einem neuen Vergütungsmodell

Ende des ersten Seminartages und Get-together

So steuern Sie Ihren Vertrieb mit den richtigen Kennzahlen

Ihr Seminarleiter:
Ronald Heckl

Begrüßung durch den Seminarleiter

Besonderheiten im Außendienst

- Was klappt ohne Probleme und was nicht?
- Voraussetzungen für das Außendienst-Controlling
- Tipps für die Umsetzung von Außendienststeuerungskonzepten 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-Controllings

Der Außendienst als Controller des Marktgeschehens und der Kundenbewertung

- Durchführung qualifizierter Marktanalysen durch den Außendienst: 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

Die Beurteilung des Innendienstes mit Kennzahlen

- Kennzahlenbegriffe, Kennzahlenarten und Kennzahlensysteme im Innendienst
- Entwicklung und Aufbau eines effektiven Kennzahlensystems zur Leistungsmessung und Aktivitätenbewertung
- Die Top-Kennzahlen im Innendienst
- Tätigkeitskennzahlen, Teamkennzahlen, Ergebniskennzahlen, Kennzahlen zur Zusammenarbeit von Innen- und Außendienst
- Kennzahlen zur ertragsorientierten Führung: Absatz, Umsatz und Deckungsbeitragsbemessung
- Fehlbesetzungen mit Kennzahlen aufdecken und Talente erkennen – was sagen die Kennzahlen?

Steuerung der Vertriebsgebiete 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 bei der STIEBEL ELTRON GmbH & Co.KG



- CRM als Basis für eine effiziente Vertriebssteuerung
- Priorisierung und Klassifizierung von Kunden
- Definition von Zielen und strategische Ausrichtung der Innen- und Außendienstmannschaft
- Steuerung der Außendienstmitarbeiter mit KPI's
- Dashboards zur optimalen Steuerung der Vertriebsmannschaft für Führungskräfte
- Kampagnenmanagement zur Neukundengewinnung
- Proaktives Berichtswesen in der Praxis



Florian Bruns
Leiter Vertriebssteuerung,
STIEBEL ELTRON GmbH & Co. KG,
Holzminden

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

Get-together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit den Referenten und den Teilnehmern.

Warum dieses Seminar für Sie wichtig ist

Sind auch Sie gefordert, das **Beste aus Ihrer Vertriebsmannschaft** herauszuholen, die **Performance Ihres Teams zu messen**, zu **erhöhen** und in die richtigen Bahnen zu **lenken**?

Dann sind Sie bei diesem Seminar, das Management Circle für Sie entwickelt hat, genau richtig!

In diesem Seminar erfahren Sie,

- ◆ mit welchem **Handwerkszeug Sie Ihren Vertrieb steuern können.**
- ◆ wie Sie verschiedene **Analyseverfahren für Produkte, Konkurrenten** sowie **Gebiete** und **Bezirke richtig anwenden.**
- ◆ wie Sie mit der richtigen **CRM-Strategie** Ihren Vertrieb zielgerichtet steuern.
- ◆ wie Sie den **Innendienst** mit den richtigen **Kennzahlen** beurteilen.
- ◆ worauf es bei **Reports** an die Geschäftsleitung ankommt.
- ◆ wie Sie Ihre **Vertriebsgebiete** mit Unterstützung von Kennzahlen **steuern.**
- ◆ wie Sie Ihre **Vertriebskosten** im Griff behalten.
- ◆ wie Sie Ihre Vertriebsmannschaft durch die richtigen **Vergütungssysteme** zu **Höchstleistungen** motivieren.

Ihr Nutzen aus diesem Seminar

Intensive Wissensvermittlung steht bei diesem Seminar im Fokus. Unsere drei Servicebausteine sollen Ihnen den größtmöglichen Nutzen gewährleisten.

1. Optimale Vorbereitung auf Ihre Bedürfnisse: Individuelle Fragestellungen

Sie erhalten ca. zwei Wochen vor der Veranstaltung einen Fragebogen, in dem Sie uns Ihre individuellen Fragen und Themenschwerpunkte mitteilen können; im Seminar erhalten Sie eine vorbereitete und ausführliche Antwort. Selbstverständlich können Sie Ihre Fragen auch im Seminar erstmals an den Referenten herantragen; in freier Diskussion werden Ihre Probleme dann erarbeitet und gelöst.

2. Intensive Workshopatmosphäre: Begrenzte Teilnehmerzahl

Die Begrenzung der Teilnehmerzahl ermöglicht ein Seminar mit intensiver und praxisnaher Wissensvermittlung.

3. Intensive Nachbereitung: Umfangreiche Arbeitsunterlagen

Detaillierte Seminarunterlagen machen jedes Mitschreiben für Sie entbehrlich und werden Sie im Tagesgeschäft unterstützen.

Zur Vorgehensweise

Wir garantieren einen maximalen **Praxisbezug** dieses Seminars! Zahlreiche **Fallbeispiele**, interaktive **Elemente** und **Übungen** fördern einen optimalen Lerneffekt und erleichtern die Umsetzung in die Praxis. Sie profitieren außerdem von den **Diskussionen** und dem **Austausch** mit den erfahrenen Referenten und Ihren Fachkollegen.

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.



Kirsten Noack

Projektmanagerin

Tel.: 0 61 96/47 22-550

E-Mail: kirsten.noack@managementcircle.de

Begeisterte Stimmen zum Seminarleiter

- „*Sehr kompetent, sehr praxisorientiert.*“
- „*Spannend vorgetragen.*“
- „*Herr Heckl ist kompetent auf unsere Fragen eingegangen.*“

7 gute Gründe, dieses Seminar zu besuchen

- ① Sie sind gefordert, Ihren **Vertriebs Erfolg richtig** zu planen.
- ② Sie wollen **Reports** für Ihre Geschäftsleitung.
- ③ Sie sind gefordert, Ihre **Planungsvorgaben** zu kontrollieren.
- ④ Sie **analysieren** mit unterschiedlichen **Kennzahlen Ihren Erfolg.**
- ⑤ Sie wollen optimale **Maßnahmen zur Zielerreichung erarbeiten.**
- ⑥ Sie erstellen **Provisionsabrechnungen** der Vertriebspartner nach Zielvereinbarungen.
- ⑦ Sie motivieren Ihre Mitarbeiter durch spannende **Vergütungssysteme.**

Florian Bruns

ist Leiter Vertriebssteuerung bei der **STIEBEL ELTRON GmbH & Co. KG** in Holzminden. Davor war er von 2011 bis 2013 als Assistent der Vertriebsleitung besonders für den Bereich Vertriebscontrolling verantwortlich. Von 2006 bis 2011 war er im Unternehmen als Vertriebscontrollertätig. Parallel zu seiner Tätigkeit im Unternehmen absolvierte er Studien zum Betriebswirt, zum Diplom-Kaufmann und hat im Jahre 2014 ein weiteres, berufsbegleitendes Studium zum Advanced Master of Arts mit dem Schwerpunkt Vertriebsmanagement und Controlling beendet.

Ronald Heckl

ist erfahrener Berater und bereits seit 1985 Inhaber der Unternehmensberatung **HCH Heckl Consulting** in Hamburg. Außerdem ist er geschäftsführender Gesellschafter der H13 Werbeagentur GmbH. Ronald Heckl hat sich international auf die Bereiche Marketing und Vertrieb mit den Schwerpunkten Vertriebsanalyse und -steuerung, Marktausrichtung, Markttrends und Controlling spezialisiert. Zusätzlich ist er als Dozent für Marketing und Handelsbetriebslehre an der VWA Lüneburg tätig. Ronald Heckl hat deutlich mehr als 15.000 Mitarbeiter verschiedener Branchen betreut, analysiert, moderiert, gecoacht oder trainiert. Daneben wurden von ihm unterschiedliche Branchen beratend begleitet, von der Firmenübernahme über Nachfolgeregelungen, Neu- und Umstrukturierungen bis zur Neuausrichtung von Unternehmen auf die Zukunft.

Andreas Hergaß

ist seit 2010 Vorstandsmitglied (COO) der **Ensys AG**, einem bundesweit tätigen Energieversorger im B2B-Bereich, und Geschäftsführer der Ensys Solutions GmbH in Frankfurt/M. Er ist für die Bereiche Vertrieb, Kundenbetreuung, Produktmanagement, Kommunikation, Marketing und Personal verantwortlich. Zuvor war er in leitenden Positionen bei einem regionalen Energieversorger in den Bereichen Risikomanagement, Unternehmensentwicklung und Strategie, Portfoliomanagement und Vertriebssteuerung tätig. Als Mentor ist Andreas Hergaß im Rahmen des Deutschland-Stipendiums an der Goethe-Universität Frankfurt/M. engagiert.

Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen ab 8.45 Uhr

	Beginn des Seminars	Business Lunch	Ende des Seminars
1. Seminartag	9.30 Uhr	13.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 Uhr	ca. 17.30 Uhr

An beiden Tagen sind Kaffee- und Teepausen in Absprache mit dem Trainer und den Teilnehmern vorgesehen.

Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- ✓ Sie sind gefordert, Ihren Vertrieb noch **effizienter zu steuern**.
- ✓ Sie wollen mit den neuen Instrumenten und Methoden sinnvolle **Markt- und Wettbewerbsanalysen** durchführen.
- ✓ Sie wollen Ihre Vertriebsmitarbeiter mit den richtigen **Vergütungsmodellen** zu Höchstleistungen bringen.

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Reiseaufwand – passgenau für Ihren Bedarf – optimales Preis-Leistungsverhältnis!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



Stefanie Klose

Tel.: 0 61 96/47 22-739

E-Mail: stefanie.klose@managementcircle.de

www.managementcircle.de/inhouse



Aktuell und auf den Punkt!

Nutzen Sie unseren E-Mail-Service, um zeitgemäß Ihre Top-Themen bequem per E-Mail zu erhalten.

Ihr persönliches Profil

verwalten Sie unter: www.managementcircle.de/email



Bitte beachten Sie unser Seminar:

Die 7 Todsünden der Vertriebsvergütung

24. März 2015 in München

21. April 2015 in Frankfurt/M.

19. Mai 2015 in Köln

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Stephan Wolf**
Tel.: 0 61 96/47 22-700, Fax: 0 61 96/47 22-888
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Dieses Seminar richtet sich an **Vertriebsleiter, Sales Manager** sowie **Führungskräfte** der Bereiche **Verkauf, Vertriebssteuerung, Vertriebscontrolling, Außen- und Innendienst** aus allen Branchen. Ebenfalls angesprochen sind **Geschäftsführer** und **Vorstände**, die gefordert sind, ihren Vertrieb noch gezielter und erfolgreicher zu steuern sowie interessierte **Beratungsunternehmen**.

Termine und Veranstaltungsorte

25. und 26. Februar 2015 in Frankfurt/M.

Fleming's Deluxe Hotel Frankfurt Main-Riverside, Lange Straße 5-9, 60311 Frankfurt/M., Tel.: 069/370030, Fax: 069/37003-333
E-Mail: frankfurt.riverside@flemings-hotels.com

17. und 18. März 2015 in Köln

Hotel Mondial am Dom Cologne, Kurt-Hackenberg-Platz 1, 50667 Köln
Tel.: 0221/2063-570, Fax: 0221/2063-527
E-Mail: h1306@accor.com

11. und 12. Mai 2015 in München

Sheraton München Westpark, Garmischer Straße 2, 80339 München
Tel.: 089/5196-750, Fax: 089/5196-803
E-Mail: muenchen.reservation@starwoodhotels.com

Zimmerreservierung

Für unsere Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor.

Mit der Deutschen Bahn für € 99,- zur Veranstaltung.

Infos unter:

www.managementcircle.de/bahn



Über Management Circle



Als anerkannter Bildungspartner und Marktführer im deutschsprachigen Raum vermittelt Management Circle **WissensWerte** an Fach- und Führungskräfte. Mit seinen 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 3000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur *Bildung für die Besten* erhalten Sie unter www.managementcircle.de

Anmeldebedingungen

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.995,-. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Teilnahmegebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Effiziente Vertriebssteuerung

Ich/Wir nehme(n) teil am:

WS

- | | | |
|--------------------------|---|----------|
| <input type="checkbox"/> | 25. und 26. Februar 2015 in Frankfurt/M. | 02-79110 |
| <input type="checkbox"/> | 17. und 18. März 2015 in Köln | 03-79111 |
| <input type="checkbox"/> | 11. und 12. Mai 2015 in München | 05-79112 |

1 Name/Vorname

Position/Abteilung

2 Name/Vorname

Position/Abteilung

3 Name/Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Telefon/Fax

@ E-Mail

Datum

Unterschrift

Ansprechpartner/in im Sekretariat:

Anmeldebestätigung bitte an:

Abteilung

Rechnung bitte an:

Abteilung

Mitarbeiter: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter datenschutz@managementcircle.de oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

Anmeldung/Kundenservice

Telefon: +49 (0) 61 96/47 22-700

Fax: +49 (0) 61 96/47 22-999

E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Internet: www.managementcircle.de/02-79110

Postanschrift: Management Circle AG
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.

Telefonzentrale: +49 (0) 61 96/47 22-0

