

Marketing- und Vertriebscontrolling

Die modernen Instrumente zur Steuerung von Marketing und Vertrieb

■ Zum Seminar

Vertriebs- und Marketingleiter benötigen heute ein ausgefeiltes Controlling, um ihre Absatzziele zu erreichen und die Wettbewerbsfähigkeit ihres Vertriebsteams zu sichern. Moderne Tools und Kennzahlen sorgen für die nötige Transparenz und helfen, Entscheidungen vorzubereiten, Prognosen zu verbessern, Zielerreichungen zu messen und Korrekturmaßnahmen einzuleiten.

Welche Marketing- und Vertriebsmaßnahmen sind profitabel? Was kostet die Betreuung bestimmter Kunden wirklich? Welche Kunden bringen den größten Deckungsbeitrag? Wie beeinflusst die Preisgestaltung Umsatz und Gewinn?

Dieser Workshop erschließt die Methoden des strategischen und operativen Controllings speziell für Marketing und Vertrieb. Sie lernen zahlreiche Instrumente kennen, um Vertriebsaktivitäten auf rationaler Grundlage zu planen, zu steuern und zu koordinieren. Zahlreiche Beispiele und Übungen aus der Marketing- und Vertriebspraxis erleichtern die schnelle Umsetzung in Ihren individuellen Aufgabenbereich.

■ Teilnehmerkreis (m/w)

- Vertriebs- und Marketingleiter
- Führungskräfte und qualifizierte Mitarbeiter in Marketing und Verkauf
- Marketing- und Vertriebscontroller

■ Ihr Seminarleiter

Dipl.-Kfm. Ronald Heckl

ist Inhaber der HCH Heckl Consulting und geschäftsführender Gesellschafter der H13 Werbeagentur GmbH. Als international tätiger Unternehmensberater mit Fokus auf Marketing und Vertrieb hat er sich auf die Themen Strategisches Marketing, Vertriebscontrolling und Vertrieboptimierung spezialisiert.

■ Art der Präsentation

Kurzvorträge, Praxisbeispiele, Diskussion, Erläuterung eines CRM-Systems, Seminarunterlagen

■ Seminardaten

Wuppertal, Hubertusallee 18
 Di, 16.5.2017 bis Mi, 17.5.2017,
 jeweils 9.15 bis 16.45 Uhr
Anmelde-Nr. 50950505P7 / Gebühr: € 1.170,-

(mehrwertsteuerfrei, einschließlich Seminarunterlagen, Pausengetränken und Mittagessen)

■ Seminarinhalt

1. Marketing- und Vertriebscontrolling als Planungs- und Führungssystem

- Mit Vertriebscontrolling Gewinnsteigerung und Mitarbeitermotivation sichern
- Wettbewerbsvergleich als Standortbestimmung
- Schlüsselkennzahlen für Markt, Kunden, Sortiment, Mitarbeiter, Rendite
- Die Balanced Scorecard als Instrument für Spitzenleistungen im Vertrieb

2. Kundencontrolling

- Aufbau und Nutzung von Kundendatenbanken und CRM-Systemen
- Kundenpotenzial, Kundenwert, Kundenbindung
- Potenzial-Analyse und Kundenportfolio
- Welche Vertriebskosten verursacht der Kunde?
- Abschied von unrentablen Kunden?

3. Preiscontrolling

- Preisbildung, Preiskommunikation und Preisdurchsetzung
- Erlösschmälerungen, Preisuntergrenzen und Break-Even-Punkte festlegen
- Zugeständnisse bei Preis und Konditionen analysieren

4. Verkaufscontrolling

- Effizienz im Außen- und Innendienst über Benchmarks erfassen
- Analyse von Auftragsgrößen und -bearbeitung
- Zeitmanagement über Besuchs- und Reiseberichte optimieren
- Umsatz über alles? Preis-, Ertrags- und Kostenbewusstsein schärfen
- Leistungsanreize setzen: Verkäufer steuern sich über Kennzahlen und Entlohnung selbst

5. Werbecontrolling

- Nutzen-Kosten-Analyse für alternative Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen
- Umsetzung moderner Kontaktstrategien zur Neukunden-Akquisition

6. Best-Practice-Beispiele aus der Praxis

■ Teilnahmebescheinigung

Sie erhalten eine qualifizierte Teilnahmebescheinigung der TAW mit detaillierter Auflistung der vermittelten Seminarinhalte.

■ Beratung und Information

Fachlich: Dipl.-Ök. Simon Oesterwalbesloh, Tel.: 0202-7495-303
 Organisatorisch: Tiziana Rampino, Tel.: 0202-7495-229

Hubertusallee 18 42117 Wuppertal Tel. 0202/74 95-0 Fax 0202/74 95-202 www.taw.de taw@taw.de

Kompetenzzentren und Themenakademien der TAW

Unsere Kompetenzzentren: **KONSTRUKTION** und **ENTWICKLUNG, MASCHINENBAU** und **FAHRZEUGTECHNIK, ELEKTROTECHNIK, VERFAHRENSTECHNIK**



Die TAW ist ein Außeninstitut der RWTH Aachen und ein Kontaktstudien-Institut der Bergischen Universität Wuppertal