

Vertriebsstrategien und -konzepte

Ein Lehrgang mit 4 Bausteinen

Um was es geht

Vertrieb läßt sich auch ohne Konzept machen: Von der Hand in den Mund.

In zunehmend komplexer werdenden Märkten, mit Einkaufszusammenschlüssen, mit Unternehmensaufkäufen, mit Kooperationen zwischen unterschiedlichsten Partnern (vom Verbraucher bis zum Produzenten), mit den Besonderheiten des EG-Binnenmarktes, mit ISO-Normen und und und ... haben, ohne Vertriebskonzept, nur noch diejenigen Erfolg, die auch sonst immer Glück haben.

Für die anderen gilt: Ohne Vertriebskonzept läuft nichts.

Wie sich Vertriebskonzepte entwickeln lassen zeigt dieses Seminar in 4 Bausteinen. Jeder Baustein ist eigenständig, so daß diese nicht unabdingbar alle und in der angegebenen Reihenfolge besucht werden müssen.

Baustein 1: Marketing und Vertrieb
Baustein 2: Kosteneinsparungen im Vertrieb
Baustein 3: Vertriebssteuerung mit Kennzahlen
Baustein 4: Entlohnungssysteme im Vertrieb

Zielgruppen

Dieser Lehrgang richtet sich an Unternehmer, Geschäftsführer, Verkaufsleiter, Marketingleiter, Regionale Verkaufsleiter, Verkaufsführungskräfte sowie alle im Verkauf tätigen mit entscheidender Umsatzverantwortung.

Ihr persönlicher Nutzen

Sie treffen die richtige Auswahl der betriebswirtschaftlichen Hilfsmittel zur Strategiefindung. Sie ermitteln und analysieren die Daten Ihres Vertriebes und steuern diesen Zielloptimiert. Sie verbessern die Performance Ihres Vertriebes und richten diesen auf die Erfordernisse des Marktes aus.

Baustein 1: Marketing und Vertrieb (2 Tage)

Hier lernen Sie

- Nutzung von Checklisten für den Vertrieb
- Vermeidung der größten Probleme im Vertrieb
- Erstellung eines Vertriebskonzepts

Inhalt

- Unternehmensziele und abgeleitete Ziele für Marketing und Vertrieb
- Umsatz- und Absatzplanungen
- Trends und Zukunfts-Szenarien
- Instrumente des Marketing-Mix: Die 4 P-Analyse: Product, Price, Promotion und Placement
- Strategische Gebietsbetrachtungen
- Grundaufbau einer Vertriebskonzeption
- Methoden und Verfahren für Vertriebskonzepte (u.a. Kostenanalyse, Deckungsbeitragsanalyse, Portfoliotechnik, ABC-Analyse, Lean-Management, Break-Even-Betrachtungen)
- Konkurrenzanalyse

Methoden

Interaktiver Vortrag, Diskussion, Übungen und Erfahrungsaustausch

Baustein 2: Kosteneinsparungen im Vertrieb (1 Tag)

Hier lernen Sie

- Möglichkeiten der Kostenverkürzung
- Vermeidung negativer Auswirkungen unbedachter Einsparungsversuche
- Verbesserung der Vertriebsergebnisse

Inhalt

- Voraussetzungen zur Verringerung der Vertriebskosten (Vertikaler Organisations-Aufbau, Profit Center im Vertrieb etc.)
- Aufgabe von schwachen Produkten
- Aktivierung des Innendienstes für den Vertrieb
- Direct-Mail und Telefon-Marketing in der Neukundenakquisition
- Analyse der Erlösschmälerungen
- Spesen-Controlling
- Analyse von Lager- und Transportkosten
- Tourenplanung
- Serviceleistungspolitik
- Kundenanalyse

Methoden

Interaktiver Vortrag, Diskussion, Übungen und Erfahrungsaustausch

Baustein 3: Vertriebssteuerung mit Kennzahlen (1 Tag)

Hier lernen Sie

- Kennzahlensysteme nutzen
- Benchmarks im Vertrieb kennen und setzen
- Beurteilung und Steuerung des Vertriebs mit Kennzahlen

Inhalt

- Kennzahlen-Systeme
- Quellen für Vergleichsdaten im Benchmarking
- Datenmaterial für Kennzahlen-Systeme (u.a. interne Verrechnungs-Preise, Bestandsgrößen, Außendienstdaten)
- Auswertung von Kennzahlen (Ergebnisanalysen pro Periode, qualitative und quantitative Analysen, Verkaufsstatistik)
- Ermittlung von Spitzenkennzahlen
- Planung und Steuerung nach Kennzahlen
- Kennzahlen des Außendienst-Controlling (Verkäuferführung mit Kennzahlen, Bereichs- und Gebietskennzahlen, Kunden-Rentabilitätsanalysen, Produktanalysen)
- Kennzahlen zur Entscheidungsfindung

Methoden

Interaktiver Vortrag, Diskussion, Übungen und Erfahrungsaustausch

Baustein 4: Entlohnungssysteme im Vertrieb (1 Tag)

Hier lernen Sie

- Das richtige Vergütungssystem für Ihr Unternehmen
- Probleme der Vergütungsumstellung
- Selbststeuerung des Vertriebs mit Entlohnungssystemen

Inhalt

- Entwicklung der Vertriebsaufgaben und dessen Auswirkung auf die Entlohnung
- Aufbau und Gestaltung von leistungsmotivierenden Entlohnungssystemen
- Deckungsbeitragsorientierte Entlohnungssysteme: Klassische Vergütungsmodelle; Ertragssteigerungsstrategien; Möglichkeiten zur Entlohnung nach Deckungsbeiträgen; Probleme bei der Vergütungsumstellung; Organisatorische Voraussetzungen; Grenzen der Deckungsbeitragsentlohnung
- Prämiensysteme: Generelle Anforderungen; Prämienziele; Sensibilisierung der Kostenverantwortlichkeit von Vertriebsmitarbeitern; Incentives
- Einbindung des Innendienstes in die Entlohnung: Team-Prämien-Systeme
- Non-Monetäre Vergütungssysteme

Methoden

Interaktiver Vortrag, Diskussion, Übungen und Erfahrungsaustausch

Dieses Seminar können Sie als Inhouse Training buchen. Fordern Sie Ihr unverbindliches Angebot an. Buchungsnummer 2010-01-19-01

Heckl Consulting Hamburg

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