

Steuern Sie Ihren Vertrieb noch effektiver:

Vertriebscontrolling

Effektive Planungs- und Steuerungsmethoden

Was Vertriebscontrolling heute leisten muss

- Aufgaben und Ziele des Vertriebscontrollings
- Umgang mit Widerständen gegen das Vertriebscontrolling

Betriebswirtschaftliches Handwerkszeug des Controllers

- Kennzahlen- und Kennzahlensysteme im Vertrieb
- Verkaufsplanung und Budgetierung

Durchführung von Markt- und Vertriebsanalysen

- Kunden- und Deckungsbeitragsanalysen
- Gebiets- und Bezirksanalysen: Durchleuchtung von Verkaufsbezirken

Kostensenkung und Ergebnisverbesserung in der Vertriebsorganisation

- Schwachstellenanalysen im Rahmen des Kostenmanagements
- Außendienst-Entlohnungssysteme

Ihr PLUS:
Fallstudie
zur Beurteilung
von Verkaufs-
bezirken

TEILNEHMERSTIMMEN

- ✓ „Kompakt, knackig und sehr gut strukturiert.“
C. Ströter, DENSO GmbH
- ✓ „Sehr guter Inhalt und viele Denkansätze bzw. Lösungen.“
A. Welker, Sioux GmbH

SIE WOLLEN

- ✓ Mit Kennzahlen Ihren Vertrieb steuern
- ✓ Ihre Ergebnisse optimal verbessern
- ✓ Die Kostenschrauben richtig ansetzen

IHRE EXPERTEN



Ronald Heckl
**HCH Heckl Consulting
Hamburg**



Hans-Jürgen Jeck
**Roche Diagnostics
Deutschland GmbH**

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

12. und 13. Dezember 2012 in Köln | 22. und 23. Januar 2013 in München

4. und 5. Februar 2013 in Frankfurt/M.

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



Die Top-Kennzahlen und Analysemethoden zur Messung Ihrer Erfolge

Herzlich willkommen

- Begrüßung durch den Seminarleiter
- Überblick über den Inhalt und Ablauf des Seminars
- Abstimmung mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

Vertriebscontrolling in der Praxis

Aufgaben und Ziele des Vertriebscontrollings

- Controlling oder Kontrolle?
- Vertriebsdenken in Kosten-Nutzen-Relationen
- Controlling als zentrale Unternehmensfunktion
- Was klappt ohne Probleme und was nicht?
- Beurteilung von Daten: Wer liefert Daten und warum?
- Minimalanforderungen an die Organisation und den Datenfluss
- Widerstände gegen das Vertriebscontrolling und wie man mit diesen umgeht
- Trends im Vertriebscontrolling

Vertriebsführung mit Zielen

- Erstellung, Pflege und Erreichung von Vertriebszielen
- Analyse der Absatzwege: Zielgruppenanalysen
- Soll-Ist-Vergleiche als zentrales Vertriebscontrolling-instrument

Das betriebswirtschaftliche Handwerkszeug des Vertriebscontrollers

- Berichtswesen und Informationssysteme
- Verkaufsplanung und Budgetierung

Grundaufbau der Kostenrechnung als Basis des Vertriebscontrollings & der Kennzahlengestaltung

Kennzahlen und Kennzahlensysteme im Vertrieb

- Grundlagen für Vertriebscontrolling-Kennzahlen-Systeme
- Ermittlung von Spitzenkennzahlen
- Auswertung von Vertriebscontrolling-Kennzahlen-Systemen
- Festlegung der Verkaufsgebietsziele
- Kennzahlen für die Ergebnisnavigation im Verkaufsbezirk
- Bewertung quantitativer und qualitativer Erfolge im Außendienst
- Möglichkeiten der Selbststeuerung des Außendienstes mit Hilfe von Kennzahlen

Kostenrechnung und Kalkulation

- Die Kosten- und Leistungsrechnung im Vertrieb
- Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung
- Preis-Kalkulationsverfahren in Industrie und Handel

Deckungsbeitragsrechnung und Deckungsbeitragsanalyse

- Grundlagen zur Deckungsbeitragsrechnung
- Verfahren der Deckungsbeitragsanalyse
- Break-Even-Analyse und Pay-Off-Betrachtungen

Tagesabschluss

- Zusammenfassung der Ergebnisse des ersten Seminartages und Gelegenheit zur Diskussion Ihrer Fragen
- Get-Together

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!



So senken Sie Ihre Kosten und verbessern Ihre Vertriebsergebnisse

Es geht weiter

- Begrüßung durch den Seminarleiter
- Zusammenfassung der Ergebnisse des ersten Seminartages
- Überleitung zum zweiten Seminartag

Durchführung von Marktanalysen

Kundenanalysen

- Kunden-Deckungsbeitragsanalysen
- Aufbau einer Kunden-Data-Base
- Kunden-Controlling mit der Kunden-Data-Base mit Plausibilitäts-Checks
- ABC-Analyse und Portfolio-Analyse von Kunden

Artikel-Erfolgsrechnungen sowie Produkt- und Sortimentsanalysen

- Analyse vertriebsrelevanter Artikel
- Welche Produkte verkauft der Verkäufer und warum?
- Methoden zur Verbesserung der Absatzchancen deckungsbeitragsstarker Produkte
- Besonderheiten beim Verkauf von Neuprodukten

Konkurrenzanalysen

- Methoden der Marktforschung zur Konkurrenzanalyse
- Auswertung von Außendienstberichten zur Konkurrenz-situation
- Analyse von Konkurrenzunterlagen

Durchführung von Vertriebsanalysen

Gebiets- und Bezirksanalysen

- Durchleuchtung von Verkaufsbezirken
- Einsatz von Deckungsbeitragsanalysen zur Ergebnisbeurteilung im Außendienst
- Analyse von Bezirksergebnissen nach Deckungsbeiträgen
- Analyse und Folgen des Rabattgebarens durch den Außendienst
- Verkaufsbezirke als Profit-Center
- Reorganisation von Verkaufsbezirken

Kostensenkung und Ergebnisverbesserung in der Verkaufsorganisation

- Ermittlung des Kostensenkungspotenzials im Vertrieb
- Außendienstzeitanalyse
- Einbindung des Vertriebsinnendienstes
- Team-Selling-Programme
- Neukunden-Akquisitionsmodelle und deren Auswertung

Controlling im Vertrieb der Roche Diagnostics Deutschland GmbH



- Anforderungen und Erwartungen an das Controlling
- Voraussetzungen für erfolgreiches Controlling im Vertrieb
- Quantitative und qualitative Instrumente des Controlling
- Kennzahlenentwicklung zur Performance-Messung
- Informationssysteme – die Basis des Controllings im Vertrieb
- Anforderungsprofil des Vertriebscontrollings



Hans-Jürgen Jeck
Leiter Finance & Commercial Services,
Roche Diagnostics Deutschland GmbH, Mannheim

Methoden zur Verbesserung der Vertriebsleistung

Vertriebssteuerung durch Entwicklung von Strategien im Rahmen des CRM

- Change-Management im CRM
- Entwicklung einer CRM-Strategie
- Gebiets-Portfolioanalysen
- Vertriebscontrolling mit Hilfe der Portfolio-Technik

Operative Steuerung des Außendienstes

- Erarbeitung von Umsatz- und Leistungsvorgaben
- Umsatz- und Kostenplanungen
- Quantitative und qualitative Leistungs- und Zielerreichungsbeurteilung
- Kennzahlen zur Vertriebssteuerung & Außendienstkontrolle
- Möglichkeiten der Selbststeuerung des Außendienstes

Überprüfung und Entwurf von Außendienst-Entlohnungssystemen

- Fixum, Provision, Prämie und Incentive
- Ein- und mehrdimensionale Entlohnungsmodelle
- Geld ist nicht alles: Die Motivtheorie als Basis non-monetärer Entlohnungsformen

Seminarabschluss

Zusammenfassung und Gelegenheit zur Diskussion abschließender Fragen

SEMINARZEITEN

Ab 8.45 Uhr Empfang mit Tee und Kaffee, Ausgabe der Seminarunterlagen

	Beginn des Seminars	Business Lunch	Ende des Seminars
1. Seminartag	9.30 Uhr	12.45 - 14.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 - 15.45 Uhr	ca. 17.30 Uhr

Am Vor- und Nachmittag findet jeweils eine Tee- und Kaffeepause in Absprache mit dem Seminarleiter und den Teilnehmern statt.

Effektives Vertriebscontrolling ist für eine schlagkräftige Vertriebsorganisation unverzichtbar. Es ermöglicht Ihnen, Kosten und Leistungen Ihres Vertriebs optimal zu messen, zu analysieren und zu steuern. Doch welche Instrumente des Vertriebscontrollings brauchen Sie wirklich? Wie können Sie Ihr Vertriebscontrolling systematisch auf- und ausbauen?

Lernen Sie hier alles Wichtige zu **Informationen, Analysen** und **Kennzahlen**, um den Erfolg Ihres Vertriebs sicherzustellen. Erst durch die Steuerung der Prozesse ist kostenoptimales Handeln im Vertriebsmanagement möglich. Der Schlüssel hierzu liegt in einem **effektiven Vertriebscontrolling**.

Nutzen Sie unser Intensiv -Seminar und lernen Sie, wie Sie mit den Ihnen vorliegenden Daten Ihren Vertrieb noch **effektiver steuern!**

Das lernen Sie hier

- Aktuelle und bewährte **Planungs-, Steuerungs- und Kontrollmethoden** zur Optimierung Ihrer Aktivitäten
- Alternative Möglichkeiten zur Durchführung von **Vertriebsanalysen**: Kunden-, Produkt-, Konkurrenz- und Bezirksanalysen
- **Kostensenkung** und **Ergebnisverbesserung** in der Verkaufsorganisation
- Den optimalen **Einsatz** von **Vertriebskennzahlen**

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Durch den **Erfahrungsbericht der Roche Diagnostics Deutschland GmbH** erlernen Sie die Anwendung in der Praxis
- Die **begrenzte Teilnehmerzahl** sorgt für einen optimalen Wissenstransfer
- Sie **tauschen sich intensiv mit Fachkollegen** aus
- Sie erhalten eine **umfangreiche Seminardokumentation** zur Nachbereitung

Ihr Nutzen aus diesem Seminar

- ✓ Sie erhalten in unserem Intensiv -Seminar ein **ganzheitliches Verständnis von Vertriebscontrolling**.
- ✓ Sie erlernen „das Rüstzeug“ eines Vertriebscontrollers und erlangen die Grundlagen für eine **ergebnisorientierte Planung und Steuerung** Ihrer Vertriebsaktivitäten.
- ✓ Sie erhalten eine umfassende Übersicht über die **Top-Kennzahlen des Vertriebscontrollings** und lernen anhand vieler Anwendungsbeispiele, wie Sie diese direkt in der Praxis umsetzen.

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail.



Kirsten Noack

Kirsten Noack
Projektmanagerin
Tel.: 0 61 96/47 22-550
E-Mail: kirsten.noack@managementcircle.de

Ronald Heckl

ist seit 1985 Inhaber der Unternehmensberatung **HCH Heckl Consulting** Hamburg, seit 1994 zudem geschäftsführender Gesellschafter der H13 Werbeagentur GmbH. Er hat sich international auf die Bereiche Marketing und Vertrieb mit den Schwerpunkten: Vertriebsanalyse, Marktausrichtung, Markttrends und Controlling spezialisiert. Zudem ist er als Dozent für Marketing und Handelsbetriebslehre an der VWA Lüneburg sowie für Verkaufsmanagement an der BA Hamburg tätig. In der Umsetzung wurden von ihm deutlich mehr als 10.000 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.

Hans-Jürgen Jeck

Betriebswirt, war in verschiedenen Funktionen: Produktmanager, Vertriebs- und Marketingcontrolling und Informationsmanagement der **Roche Diagnostics Deutschland GmbH**, Mannheim in Deutschland tätig. Heute leitet er als Finance-Manager den Bereich Finance & Commercial Services der deutschen Vertriebsgesellschaft und ist dort unter anderem verantwortlich für die Performance-Messung des Vertriebes und die Bereitstellung von Informations- und Steuerungssystemen für Marketing, Kundenservice und Verkauf.

BITTE BEACHTEN SIE AUCH UNSER SEMINAR

Rhetorisch überzeugen – mehr verkaufen

10. und 11. Dezember 2012 in Düsseldorf

16. und 17. Januar 2013 in Frankfurt/M.

18. und 19. Februar 2013 in München

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

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Ich berate Sie gerne, rufen Sie mich an.



Dirk Gollnick

Tel.: 0 61 96/47 22-646

E-Mail: dirk.gollnick@managementcircle.de

www.managementcircle.de/inhouse



Warum Sie dieses Intensiv-Seminar besuchen sollten

- Das Seminar vermittelt Ihnen aktuelle und bewährte **Planungs-, Steuerungs- und Kontrolltechniken** zur Optimierung Ihrer Vertriebs-Produktivität.
- Sie erfahren, wie Sie **Vertriebskennzahlen optimal einsetzen**.
- Sie profitieren vom **hohen Praxisbezug** dieses Seminars und dem **intensiven Erfahrungsaustausch** mit Fachkollegen.

Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Dieses Seminar richtet sich branchenübergreifend an **Vertriebscontroller, Verkaufsleiter, Vertriebsleiter, regionale Vertriebsleiter, Verkaufsführungskräfte** und weitere Mitarbeiter aus **Vertriebssteuerung und Controlling**.

Termine und Veranstaltungsorte

12. und 13. Dezember 2012 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

22. und 23. Januar 2013 in München

angelo Designhotel München, Leuchtenberggring 20, 81677 München
Tel.: 089/189086-171, Fax: 089/189086-174
E-Mail: rv02@angelo-munich.com

4. und 5. Februar 2013 in Frankfurt/M.

Mövenpick Hotel Frankfurt City,
Den Haager Straße 5, 60327 Frankfurt/M.
Tel.: 069/788075-828, Fax: 069/788075-829
E-Mail: hotel.frankfurtcity.reservierung@moevenpick.com

Für unsere Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Seminarhotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

Mit der Deutschen Bahn ab € 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

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.995,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. 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.

Vertriebscontrolling

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- ☐ 12. und 13. Dezember 2012 in Köln
- ☐ 22. und 23. Januar 2013 in München
- ☐ 4. und 5. Februar 2013 in Frankfurt/M.

WS

12-72946

01-72947

02-72948

1

Name/Vorname ▲

Position/Abteilung ▲

2

Name/Vorname ▲

Position/Abteilung ▲

3

Name/Vorname ▲

Position/Abteilung ▲ 10% PREISNACHLASS AB DEM 3. TEILNEHMER

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 Werbe-zwecke 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/12-72946
Postanschrift: Management Circle AG
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
Telefonzentrale: + 49 (0) 61 96/47 22-0

