

Steuern Sie Ihren Vertrieb noch zielgerichteter:

# Vertriebscontrolling

Effektive Planungs- und Steuerungsmethoden

## Was das 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

### So urteilen ehemalige Teilnehmer über dieses Seminar:

- ✓ „Hervorragende Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis.“  
N. Leenen, ABB AG GB Transformatoren
- ✓ „Sehr viele Infos, umfassend. Viele Alternativen aufgezeigt. Dinge zum Nachdenken. Sehr hilfreich.“ A. Kockro, Vattenfall Europe Mining AG
- ✓ „Professionell strukturierter Seminarablauf. Sehr guter praxisnaher Vortrag der Firma Roche. Interessanter Ideenaustausch.“ A. Staudt, Schlaadt-Plastic GmbH

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

18. und 19. November 2013 in Frankfurt/M.

2. und 3. Dezember 2013 in München

30. und 31. Januar 2014 in Köln

### 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 GmbH

### Ihr PLUS:

Profitieren Sie von dem exklusiven Praxisbericht der Roche Diagnostics GmbH

## Die Top-Kennzahlen und Analysemethoden zur Messung Ihrer Erfolge



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

### 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?
- Minimalforderungen 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 Vertriebscontrollinginstrument

#### Das betriebswirtschaftliche Handwerkszeug des Vertriebscontrollers

- Berichtswesen und Informationssysteme
- Verkaufsplanung und Budgetierung

#### Grundaufbau der Kostenrechnung als Basis des Vertriebscontrollings und der Kennzahlengestaltung

#### Kennzahlen und Kennzahlensysteme im Vertrieb

- Grundlagen für Vertriebscontrolling-Kennzahlensysteme
- Ermittlung von Spitzenkennzahlen
- Auswertung von Vertriebscontrolling-Kennzahlensystemen
- 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

Ende des ersten Seminartages, anschließendes 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 dem Referenten und den Teilnehmern.

### 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](http://www.managementcircle.de/email)



### Seminarzeiten

Am ersten 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	12.45 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 Uhr	ca. 17.30 Uhr

Am Vor- und am Nachmittag sind an beiden Seminartagen Kaffee- und Teepausen in Absprache mit dem Seminarleiter und den Teilnehmern vorgesehen.

# So senken Sie Ihre Kosten und verbessern Ihre Vertriebsergebnisse

Ihr Seminarleiter:  
Ronald Heckl



### 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 warum?
- Methoden zur Verbesserung der Absatzchancen deckungsbeitragsstarker Produkte
- Besonderheiten beim Verkauf von Neuprodukten

#### Konkurrenzanalysen

- Methoden der Marktforschung zur Konkurrenzanalyse
- Auswertung von Außendienstberichten zur Konkurrenzsituation
- 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 Kostensenkungspotentials 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
- Kennzahlenentwicklung zur Performance-Messung
- Informationssysteme – die Basis des Controllings im Vertrieb
- Anforderungsprofil des Vertriebscontrolllers



Hans-Jürgen Jeck  
Leiter Finance & Commercial Service,  
**Roche Diagnostics 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 und 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
- Ende des Intensiv-Seminars

### Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

Ein 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**.

### 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**

### Ihr Nutzen aus diesem Seminar

- ✓ Sie erhalten in unserem Kompakt-Seminar ein **ganzheitliches Verständnis von Vertriebscontrolling**.
- ✓ Sie erlernen „das Rüstzeug“ eines Vertriebscontrollings 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**  
Projektmanagerin  
Tel.: 0 61 96/47 22-550  
E-Mail: [kirsten.noack@managementcircle.de](mailto: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 Spezialitäten: 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 Marketing Controlling und Informationsmanagement der **Roche Diagnostics GmbH** in Mannheim 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, Kunden-Service und Verkauf.

#### Ihre Vorteile auf einen Blick

- Durch den **Erfahrungsbericht der Roche Diagnostics Deutschland GmbH** erhalten Sie Einblick in die Praxis.
- Sie **tauschen sich intensiv mit Fachkollegen** aus
- Sie erhalten eine **umfangreiche Seminar-dokumentation** zur Nachbereitung

#### AUCH ALS INHOUSE TRAINING

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

**Olivia Namsler**

Tel.: 0 61 96/47 22-635

E-Mail: [olivia.namsler@managementcircle.de](mailto:olivia.namsler@managementcircle.de)

[www.managementcircle.de/inhouse](http://www.managementcircle.de/inhouse)



#### Bitte beachten Sie auch folgende Veranstaltung

## Verkäufer schauen Einkäufern in die Karten

**14. und 15. Oktober 2013 FFM**

**5. und 6. November 2013 Köln**

**10. und 11. Dezember 2013 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](mailto:kundenservice@managementcircle.de)

## Warum Sie dieses 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, Sales Manager, regionale Vertriebsleiter, Verkaufsführungskräfte** und weitere Mitarbeiter aus **Vertriebssteuerung und Controlling**.

## Termine und Veranstaltungsorte

### 18. und 19. November 2013 in Frankfurt/M.

Intercontinental Frankfurt, Wilhelm-Leuschner-Straße 43, 60329 Frankfurt/M.  
Tel.: 069/26 05-23 34, Fax: 069/26 05-23 22  
E-Mail: frankfurt.reservations@ihg.com

### 2. und 3. Dezember 2013 in München

Sheraton München Westpark, Garmischer Straße 2, 80339 München  
Tel.: 089/51 96-750, Fax: 089/51 96-803  
E-Mail: muenchen.reservation@starwoodhotels.com

### 30. und 31. Januar 2014 in Köln

Marriott Hotel Köln, Johannisstraße 76-80, 50668 Köln  
Tel.: 02 21/94 222-700, Fax: 02 21/94 222-71 10  
E-Mail: reservations.cologne@marriott.com

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](http://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](http://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 Seminargebühr. 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:

WS

- 18. und 19. November 2013 in Frankfurt/M. 11-75795
- 2. und 3. Dezember 2013 in München 12-75796
- 30. und 31. Januar 2014 in Köln 01-75797

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:	<input type="radio"/> BIS 100 <input type="radio"/> 100-200 <input type="radio"/> 200-500 <input type="radio"/> 500-1000 <input type="radio"/> 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](mailto:datenschutz@managementcircle.de) oder telefonisch unter 06 196/4722-500 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](mailto:anmeldung@managementcircle.de)  
Internet: [www.managementcircle.de/11-75795](http://www.managementcircle.de/11-75795)  
Postanschrift: Management Circle AG  
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.  
Telefonzentrale: +49 (0) 61 96/47 22-0

