

So erhöhen Sie die Performance Ihres Vertriebs:

Effiziente Vertriebssteuerung

Effektive Planungs- und Steuerungsmethoden:

- 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
- Reports an die Verkaufs- und Geschäftsleitung professionell erstellen
- Vertriebscontrolling zielgerichtet einsetzen

Profitieren Sie von dem exklusiven Praxisbericht der Simon H. Steiner Hopfen-GmbH.

Bitte wählen Sie Ihren Termin:
26. und 27. Mai 2014 in Frankfurt/M.
11. und 12. Juni 2014 in München
21. und 22. Juli 2014 in Düsseldorf

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:



Ronald Heckl
HCH Heckl Consulting
Hamburg



Pascal Piroué
Simon H. Steiner
Hopfen-GmbH

So beurteilen ehemalige Teilnehmer Management Circle-Seminare:

- ◆ „Top-aktuelle Themen optimal aufbereitet.“
- ◆ „Sehr kompetente Referenten,
die sehr praxisnah referiert haben.“
- ◆ „Sehr praxisorientiertes Wissen,
das ich direkt anwenden kann.“


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 gegen Vertriebssteuerung und Controlling 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 Techniken und Methoden der Vertriebssteuerung: 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 im Vertrieb
- Möglichkeiten und Grenzen der Selbststeuerung des Vertriebs mithilfe von Kennzahlen

Spezifische Analyseverfahren für Produkte, Konkurrenten sowie Gebiete und Bezirke

- 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 (Customer Relationship Management)
- 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

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

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 Trainer und den Teilnehmern.

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 Außendienststeuerungs-Konzepten 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-Controlling

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 Kennzahlen-Systems 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 im mittelständischen Unternehmen



- Typische Limits mittelständischer europäischer Unternehmen
- Mit Preisdruck souverän umgehen
- Orientierung auf internationale Wachstumsmärkte
- Mission/Vision im Verkauf
- Definition von Verkaufszielen
- Strategische Ausrichtung des Verkäuferteams
- Führen von globalen virtuellen Verkäuferteams



Pascal Piroué
Geschäftsführer,
Simon H. Steiner Hopfen-GmbH,
Mainburg

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

Der Report an die Verkaufs- und Geschäftsleitung

- Effizientes Berichtswesen für Innen- und Außendienst
- Welche Kennzahlen sind wirklich interessant?
- Soll-/Ist-Vergleiche mit Kennzahlen
- Die optische Aufbereitung

Argumentation mit Kennzahlen



- Analyse der bestehenden Kennzahlen
- Entwicklung individueller Kennzahlen zur Kundenargumentation und zum Eigencontrolling

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	9.30 Uhr	12.30 Uhr	ca. 17.30 Uhr

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

Warum dieses Seminar für Sie wichtig ist

Sind auch Sie gefordert, das **Beste aus Ihrer Vertriebsmannschaft** herauszuholen, die **Performance Ihrer Vertriebsmannschaft** 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**.
- ✓ verschiedene **Analyseverfahren** für **Produkte**, **Konkurrenten** sowie **Gebiete** und **Bezirke**.
- ✓ 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.

Begeisterte Stimmen zum Seminarleiter

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

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

7 gute Gründe, dieses Seminar zu besuchen

- ① Sie sind gefordert, Ihren **Vertriebserfolg 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**.

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 Gebieten 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.

Pascal Piroué

ist heute Geschäftsführer bei der **Simon H. Steiner Hopfen GmbH** in Mainburg, einem US-amerikanischen Konzern, deren Schwerpunkt in der Verarbeitung und dem Vertrieb von Rohstoffen für die Lebensmittelindustrie liegt. Zuvor war er als Global Commercial Direktor bei der Pelliconi & C. SpA über 15 Jahre in führender Position einer internationalen Firmengruppe mit Sitz in Italien im Bereich Verpackung für die Getränkeindustrie. Mit über 20 Jahre Berufserfahrung im In- und Ausland hat Pascal Piroué breite Kompetenz und Wissen im Aufbau bzw. der Führung globaler Vertriebsstrukturen, der Ausarbeitung und Umsetzung von Marketingstrategien und im Business Development. Seit 2012 ist er zertifizierter Trainer und Berater BaTB und BDVT.

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.



Larissa Bende

Tel.: 0 61 96/47 22-608

E-Mail: larissa.bende@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



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.

Ihr Management Circle-Veranstaltungsticket

Schnell, bequem und flexibel bringt Sie die Deutsche Bahn AG in Kooperation mit Management Circle an Ihren Veranstaltungsort. Von jedem beliebigen DB-Bahnhof können Sie Ihre **Reise zu attraktiven Sonderkonditionen** antreten:

Zum Veranstaltungsort	2. Klasse	1. Klasse
Bundesweit	€ 99,-	€ 159,-

Bei einer Hin- und Rückfahrt mit dem ICE von Frankfurt/M. nach München können Sie z.B. in der 2. Klasse € 97,- sparen. Von Köln nach München beträgt die Ersparnis € 177,-.

Mit diesem attraktiven Angebot fahren Sie und die Umwelt gut! Weitere Details und Informationen zur Ticketbuchung erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung zur Veranstaltung oder unter

www.managementcircle.de/bahn



Bitte beachten Sie auch unser Seminar:

Die 7 Schlüsselfaktoren erfolgreicher Verkaufsabschlüsse

15. und 16. April 2014 in München

6. und 7. Mai 2014 in Köln

25. und 26. Juni 2014 in Frankfurt/M.

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

26. und 27. Mai 2014 in Frankfurt/M.

Savigny Hotel Frankfurt, Savignystraße 14-16, 60325 Frankfurt/M.
Tel.: 069/75 33-158, Fax: 069/75 33-177
E-Mail: h1305-re@accor.com



11. und 12. Juni 2014 in München

The Rilano Hotel München, Domagkstraße 26, 80807 München
Tel.: 089/36 00 1-0, Fax: 089/36 00 1-92 15
E-Mail: reservations-muc@rilano.com

21. und 22. Juli 2014 in Düsseldorf

Hilton Düsseldorf, Georg-Glock-Straße 20, 40474 Düsseldorf
Tel.: 02 11/43 77 0, Fax: 02 11/43 77 24 10
E-Mail: reservations.dusseldorf@hilton.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 **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

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:

- 26. und 27. Mai 2014 in Frankfurt/M.** 05-77538
 11. und 12. Juni 2014 in München 06-77539
 21. und 22. Juli 2014 in Düsseldorf 07-77540

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/05-77538**

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

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

