

VERTRIEBS-TOOLS

FÜR VERKAUFSLEITER UND KEY ACCOUNT MANAGER

Die entscheidenden Methoden und Techniken aus Betriebswirtschaft, Marketing und Management zur Optimierung der Vertriebsleistung aus der Praxis für die Praxis.

2-tägiges Intensiv-Seminar

STIMMEN VON SEMINARTEILNEHMERN

„Wertvolle Tipps für die Praxis!“ • „Hervorragende Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis.“ • „Herr Heckl als Referent war ausgezeichnet.“ • „Ich habe sehr viele Ansätze und Ideen mitgenommen, die perfekt in meine Aufgabe passen.“ • „Top-aktuelle Themen optimal aufbereitet.“ • „Bestes Seminar, dass ich bis jetzt besucht habe.“

ÜBER WAS IN DIESEM SEMINAR DISKUTIERT WIRD

- Wie ein Unternehmen als Ganzes funktioniert.
- Wie Sie sich fachlich erfolgreich mit Ihren Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kunden verständigen können.
- Welche Schnittmengen die unterschiedlichen Unternehmensbereiche besitzen und welche Maßnahmen für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens notwendig sind.
- Die wichtigsten Kennzahlen für das eigene Unternehmen, die Mitarbeiter und Ihre Kunden.
- Der Wert Ihrer Produkte im Markt und wie diese gestärkt werden können.
- Die richtige kaufmännische Argumentation.
- Wie Sie auch als Nicht-Betriebswirt bei den meisten Fragestellungen wirtschaftlich kompetent wirken.
- Anhand von Fallbeispielen, wie man Zahlen liest, versteht und mit Zahlen argumentiert.
- Wie Preise gemacht werden und welche Bedeutung ein richtiges Preismanagement hat.
- Welche Bedeutung Kostenrechnung und Rechnungswesen im Unternehmen hat.
- Die wichtigsten Managementbegriffe und Methoden.

UM WAS ES GEHT

Damit der Vertrieb auch in der Zukunft konkurrenzfähig bleibt sind grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, des Marketing und des Management für jeden im Unternehmen notwendig. Insbesondere Vertriebler aus allen entscheidenden Bereichen benötigen heute mehr denn je ausreichende kaufmännische Fähigkeiten, sei es um die Entscheidungen des eigenen Unternehmens besser verstehen zu können, sei es um die Argumentation im Verkaufsprozess zum Kunden zu stützen.

Das Wissen um die Top-Tools der Betriebswirtschaftslehre, des Marketing und des Management mit den dazu gehörigen Fachbegriffen ist essentiell wichtig, um wichtige Entscheidungen zu treffen und um sich mit den Kaufleuten unter den Kunden kompetent verständigen zu können, um also als wichtiger Gesprächspartner innerhalb und außerhalb des Unternehmens wahrgenommen zu werden.

WEN SIE AUF DIESEM SEMINAR TREFFEN

Dieses Intensiv-Seminar richtet sich an alle Vertriebler mit Entscheidungs- und/oder Führungskompetenz und vermittelt Ihnen auch ohne Vorkenntnisse die erforderlichen Tools, damit Sie auftretende ökonomische Probleme oder Strategien erkennen, bewerten und Lösungsansätze beurteilen können. Auf dem Seminar treffen Sie Vertriebsleiter, Sales Manger sowie Führungskräfte aus allen Bereichen des Verkaufs und der Vertriebssteuerung.

METHODEN

Sie erhalten sofort umsetzbares Praxiswissen aus den wichtigsten Bereichen der Betriebswirtschaft, des Marketing und des Managements. Anhand zahlreicher Übungen und Praxisbeispiele trainieren Sie, wie Sie wichtige Methoden und Tools für Ihren praktischen Einsatz nutzen können.

TEILNAHMEBESCHEINIGUNG

Zum Abschluss der Veranstaltung erhalten Sie eine qualifizierte Teilnahmebescheinigung mit detaillierter Auflistung der vermittelten Seminarinhalte.

VERTRIEBS-TOOLS

SEMINARINHALTE

1. Tag 10:00 bis 18:00 • 2. Tag 09:00 bis 17:00

Überblick über Betriebswirtschaft und Unternehmensführung

- Die wichtigsten Teilgebiete der Betriebswirtschaft und ihre Einordnung in das Gesamtsystem des Unternehmens
- Grundzüge der Unternehmensorganisation
- Das Zusammenspiel zwischen internen und externen Bereichen im Unternehmen
- Fallbeispiele: Die Wertschöpfungsketten im Unternehmen
- Fallbeispiele: Allgemeine Wirtschaftstrends: Wie Trends die Unternehmen der Zukunft beeinflussen werden
- Produkt-Markt-Portfolio
- Gruppenarbeit: Das betriebswirtschaftlich relevante Instrumentarium für Vertriebler

Grundlagen des Rechnungswesens und der Buchhaltung

- Von der Erfassung der Kosten bis zum Jahresabschluss
- Der handelsrechtliche Jahresabschluss: Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung
- Bilanz und GuV: Die Bedeutung und wie man damit arbeitet
- Die wichtigsten Fachbegriffe und Kennzahlen des Bilanzcontrolling
- Rendite und Rentabilitätsbetrachtungen innerhalb der Bilanz
- Fallbeispiel: Unterschiede zwischen Bilanz und Kostenrechnung

Kostenrechnung und Leistungsrechnung

- Aufgaben der Kostenrechnung
- Die wichtigsten Begriffe aus der Kostenrechnung und Kalkulation, u.a. Fixe Kosten, variable Kosten, Einzelkosten, Gemeinkosten, Kalkulatorische Zinsen, Abschreiben
- Fallbeispiel: Die Auswirkung von Abschreibungen auf die Liquidität des Unternehmens
- Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung
- Verursachungsgerechte Gemeinkostenverrechnung
- Ablauf der Kostenrechnung in der Praxis
- Gruppenarbeit: Kosteneinsparungen im Unternehmen
- Die Prozesskostenrechnung
- Target Costing

Preisbildung: Preispolitik und Pricing

- Preispolitik vs. Pricing: Wo ist der Unterschied?
- Preisbildung mithilfe der Vollkostenrechnung
- Preisbildung mit der Teilkostenrechnung
- Gruppenarbeit: Preisbildung im Handel mit der Auf- und Abschlagskalkulation (Brutto- und Kalkulationsaufschlag, Brutto- und Handelsspanne)
- Preisbildung mit der Preis-Absatz-Funktion: Ein antiquierter Ansatz?
- Moderne Formen der Preisbildung: u.a. Ansätze der Marktforschung, Konkurrenzanalyse, Kundenanalyse

Deckungsbeitragsrechnung

- Grundaufbau der Deckungsbeitragsrechnung
- (Vertriebs-)entscheidungen mit Hilfe der

Deckungsbeitragsrechnung

- Deckungsbeitragsanalyse für Produkte, Kunden und Gebiete
- Fallbeispiel: Beurteilung der Vertriebsleistung mithilfe der Deckungsbeitragsrechnung
- Gruppenarbeiten: Analyse von Produkt- und Kundendeckungsbeiträgen

Investitionen und Finanzierung

- Grundlagen der Unternehmensfinanzierung: Finanzierung des Unternehmens durch externen und internen Geldzufluss
- Beurteilung von Investitionen mithilfe von Investitionsrechnungsmethoden
- Statische und dynamische Amortisationsrechnung: Wann amortisiert sich das Investment?
- Pay-off-Periode, Kapitalwertmethode (Barwert) und Methode interner Zinssatz
- Gruppenarbeit: Wann rechnet sich mengenmäßig die Investition: Übungen zur Break-Even-Methode

Kennzahlen und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

- Die wichtigsten Kennzahlen von Handel und Industrie: Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Rendite und Liquidität
- Rentabilitätskennzahlen als zentrale Steuerungsgrößen und ihre Konsequenzen für die Führung eines Verkaufsgebiets
- Lesen von Verkaufsstatistiken
- Modernes Vertriebs- und Marketingcontrolling
- Gruppenarbeit: Beurteilung der Verkaufsleistung verschiedener regionaler Gebiete mit Hilfe von Kennzahlen

Managementbegriffe und was sie bedeuten

- ABC-Analyse (Programmstrukturanalyse), AIDA-Formel, Audit, Balanced Scorecard, Bench-Marking, Branchenstrukturanalyse, Bruttoinlandsprodukt, Bruttosozialprodukt, Business-Reengineering, Case Management, Cash Flow, Change Management, Code of Conduct, Corporate Culture, Corporate Identity, Customer-Relationship-Management, Facility Management, Fertigungskontrolle, Hawthorne-Effekt, Indices, Kaizen, Kalkulation, Lean Production, Lean Management, Management by Objectives, Management-Techniken, Marketing, Pionier vs. Folger, Polaritätenprofil, Preispolitik, Point of Sales, Portfolio-Matrix, Produkt-Lebens-Zyklus, Quality Function Deployment, Rendite, Return on Investment (ROI), Sales Promotion, Scoring Model, strategisches Management, SWOT-Analyse, Wirtschaftlichkeitskontrolle etc.
- Fallstudie und Gruppenarbeit: Das Management im eigenen Unternehmen
- Gruppenarbeit: Bringen Sie ihre Beispiele mit in das Seminar und diskutieren Sie diese mit den anderen Teilnehmern

VERTRIEBS-TOOLS

IHR REFERENT

Dipl. Kfm. Ronald Heckl ist ein international tätiger Unternehmensberater mit der Ausrichtung auf die Bereiche Marketing und Vertrieb mit den Spezialitäten: Post-Merger-Consulting, Supply Chain, Change Management, Vertriebsanalyse, Umsatzbeschleunigung, Marktausrichtung, operative und strategische Verkaufssteuerung, Markttests, Markttrends und Controlling. Dozent für Marketing, internationales Marketing und Handelsbetriebslehre an der Berufsakademie Lüneburg. Seit 1985 Inhaber der Unternehmensberatung Heckl Consulting Hamburg, seit 1994 zudem geschäftsführender Gesellschafter der H13 Werbeagentur GmbH. In der Umsetzung wurden von ihm deutlich mehr als 20.000 Mitarbeiter verschiedener Branchen betreut, analysiert, moderiert, gecoacht oder trainiert. Daneben wurden von ihm unterschiedlichste Unternehmen jeder Größe beratend begleitet: Von der Firmenübernahme über Nachfolgeregelungen, der Change Management Begleitung, der Lösung von Supply Chain Prozessen, Neu- und Umstrukturierungen bis zur Neuausrichtung von Unternehmen sowie Marketing- und Vertriebsabteilungen auf die Zukunft.

WARUM SIE DAS SEMINAR BESUCHEN SOLLTEN

- Sie sind gefordert, Ihren Vertrieb noch effizienter zu gestalten und zu steuern.
- Sie wollen mit klassischen und neuen Instrumenten eine sinnvolle Marktgestaltung erreichen.
- Sie brauchen Handwerkszeuge um Ihre Handlungen gegenüber dem eigenen Unternehmen, den Mitarbeitern und den Kunden zu „verkaufen“.
- Sie wollen einfach mehr und bessere Umsatzergebnisse erzielen.

ANMELDEBEDINGUNGEN

Sie können sich formlos per Fax, Telefon oder eMail unter Nennung Ihres Namens, Adresse und Telefonnummer anmelden. Sie erhalten umgehend eine Anmeldebestätigung zu Ihrer Buchung. Die Gebühr begleichen Sie bitte erst nach Rechnungseingang unter Angabe der Rechnungsnummer.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation € 1.495,00. Sollten Sie sich nicht alleine, sondern mit mehreren Personen an der Veranstaltung anmelden, bieten wir ab dem zweiten Teilnehmer 10% Preisnachlass auf die Gesamtsumme. Bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Bei Absagen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn ist die halbe Seminargebühr fällig. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

DATENSCHUTZHINWEIS

Die Heckl Consulting Hamburg verwendet die bei der Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung zukommen zu lassen. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit gegenüber der HCH widersprechen.

INHOUSE-SEMINAR

Dieses Seminar können Sie auch als firmeninterne Schulung buchen. Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot.

- Inhaltlich passgenau auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt.
- Mit praktischen Beispielen aus Ihrem Arbeitsumfeld.
- Sie bestimmen Inhalte, Termin und Ort.
- Optimaler Wissenstransfer für Ihre Mitarbeiter garantiert.

ADRESSE

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

