

25. bis 27. Juli 2014 in Hamburg

VERKAUFSLEITER

HAMBURGER-WEEKEND-SEMINAR

Von Freitag 14:00 bis Sonntag 13:00 geballtes Wissen für den Verkaufsleiter. Für alle, die in der Woche keine Zeit für die Weiterbildung haben und sich mit Gleichgesinnten austauschen wollen.

All-Inclusive-Seminar inkl. Unterlagen, Hotel, Verpflegung, ...



VERKAUFSLEITER

STIMMEN VON SEMINARTEILNEHMERN

„Lebendig, kurzweilig, praxisnah, mit Herzblut referiert.“ • „Sehr kompakte und praxisorientierte Schulung.“ • „Sehr praxisnah, hoch motiviert und spannend.“ • „Sehr gute Mischung aus Theorie und Praxis, mit hohem Nutzen für die tägliche Arbeit.“ • „Super Veranstaltung mit einem Nutzengrad für jeden Verkäufer. Lebendiger und lehrreicher Vortrag.“ • „Sehr gute Basis und Vertiefung. Für Profis und Anfänger gleichermaßen geeignet.“

ÜBER WAS IN DIESEM SEMINAR DISKUTIERT WIRD

- Wie ein Unternehmen als Ganzes funktioniert.
- Welche Schnittmengen die unterschiedlichen Unternehmensbereiche besitzen und welche Maßnahmen für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens notwendig sind.
- Wann des Rechnungswesen nicht der Feind sondern der Freund des Verkaufsleiters sein kann.
- Die wesentlichen Erkenntnisse aus der Deckungsbeitragsrechnung zur Beurteilung der eigenen Mitarbeiter, Produkte und Kunden.
- Die wichtigsten Kennzahlen für das eigene Unternehmen, die Mitarbeiter und Ihre Kunden.
- Der Wert Ihrer Produkte im Markt und wie diese gestärkt werden können.
- Wie Preise gemacht werden und welche Bedeutung ein richtiges Preismanagement hat.
- Die wichtigsten Managementbegriffe und Methoden.
- Wie Neukundengewinnung und Umsatzstabilisierung strategisch angegangen werden kann.
- Wie man heute Verkaufsgebiete analysiert und Top-Verkäufer identifiziert.
- Warum die Psychologie der Verkäuferführung mehr als Basic ist.
- Wie man mit Preiserhöhungen umgeht.

UM WAS ES GEHT

Das Aufgabenfeld des Verkaufsleiters hat sich in den letzten Jahren grundlegend verändert. Reichte es früher oft noch aus, ein charismatischer Top-Verkäufer zu sein, ist heute fundiertes Know-how in den Bereichen Führung, Kommunikation, Vertriebssteuerung und Betriebswirtschaft gefragt.

Sie treffen die richtige Auswahl der betriebswirtschaftlichen Hilfsmittel zur Strategiefindung. Sie ermitteln und analysieren die Daten Ihres Vertriebes und steuern diesen zieloptimiert. Sie verbessern die Performance Ihrer Mitarbeiter und richten diese auf die Erfordernisse des Marktes aus. Sie verbessern Ihre Führungsarbeit, die Kommunikation und Präsentation vor Kunden, Mitarbeitern und dem Management.

In diesem Weekends-Seminar werden alle Inhalte praxisorientiert vermittelt. Im Rahmen von Fallstudien, Einzel- und Gruppenarbeiten haben Sie die Gelegenheit zu intensivem Training mit individuellem Feedback. Auch das Networking mit anderen kommt nicht zu kurz.

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, der Führung 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.

VERKAUFSLEITER

SEMINARINHALTE

1. Tag (Freitag) 14:00 bis 18:00 • 2. Tag (Samstag) 09:00 bis 17:00 • 3. Tag (Sonntag) 09:00 bis 13:00

Überblick über Betriebswirtschaft und Unternehmensführung

- Die wichtigsten Teilgebiete der Betriebswirtschaft und ihre Einordnung in das Gesamtsystem des Unternehmens
- Grundzüge der Unternehmensorganisation
- Die Wertschöpfungsketten im Unternehmen
- Allgemeine Wirtschaftstrends: Wie Trends die Unternehmen der Zukunft beeinflussen werden

Vom Rechnungswesen bis zur Preisbildung

- Von der Erfassung der Kosten bis zum Jahresabschluss
- Der handelsrechtliche Jahresabschluss: Bilanz vs. Gewinn- und Verlustrechnung
- Die wichtigsten Aufgaben und Begriffe aus Kostenrechnung und Kalkulation
- Fallbeispiel: Die Auswirkung von Abschreibungen auf die Liquidität des Unternehmens
- Verursachungsgerechte Gemeinkostenverrechnung
- Ablauf der Kostenrechnung in der Praxis und Auswirkungen auf den Vertrieb
- Preispolitik vs. Pricing: Wo ist der Unterschied?
- Preisbildung mit Voll- und Teilkostenrechnung
- Moderne Formen der Preisbildung: u.a. Ansätze der Marktforschung, Konkurrenz- und Kundenanalyse

Deckungsbeitragsrechnung

- Grundaufbau der Deckungsbeitragsrechnung
- Vertriebsentscheidungen mit der Deckungsbeitragsrechnung
- Deckungsbeitragsanalyse für Produkte, Kunden und Gebiete
- Fallbeispiel: Beurteilung der Vertriebsleistung mit der Deckungsbeitragsrechnung
- Analyse von Produkt- und Kundendeckungsbeiträgen

Neukundengewinnung und Umsatzstabilisierung

- Strategische Ziele bei der Neukundengewinnung, Umsatzstabilisierung und Umsatzerhöhung
- Neukundengewinnung vs. Stammkundenbetreuung
- Alternative Konzepte der strategischen Neukundengewinnung im Verkaufsbezirk
- Entscheidungen über Push- oder Pull-Strategien: Zusammenarbeit mit dem Management und dem Marketing
- Methoden und Instrumente dauerhafter Neukundengewinnungs-Programme
- Kundenanalyseverfahren vor dem Erstgespräch
- Erfolgreich verhandeln mit potenziellen Neukunden: Hilfsmittel und Gesprächsunterlagen für das Erst- und Folgegespräch
- Gesprächsanalyse und Nachbereitung von Gesprächen: Verhandlungen mit Neukunden bewerten und nachbereiten

Analyse der Verkaufsgebiete

- Entwicklung regionaler Vertriebsstrategien
- Grundlagen der Steuerung des Vertriebsgebiets mit Kennzahlen
- Instrumente zur Analyse der Verkaufsgebiete

- Wirtschaftlichkeits- und Rentabilitätsberechnungen
- Break-Even-Analyse und Pay-off-Periode
- Markt- und Kundenzufriedenheitsanalysen

Methoden zur Vertriebssteuerung

- Gebietsanalysen und optimale Gebietseinteilung
- Zeitanalysen: Verkaufsaktive Zeit als Engpass der Vertriebssteuerung
- Kundenklassifizierungsverfahren und wertorientierte Kundenanalyse u.a. ABC- und Portfolio-Analysen
- Aufbau eines Kennzahlen-Systems für die Vertriebssteuerung und Verkaufskontrolle
- Kennzahlen zur Steuerung und Kontrolle des Außendienstes
- Führung des Außendienstes mit betriebswirtschaftlichen Zielvereinbarungen
- Entlohnungsmodelle für den Vertrieb

Exkurs: Psychologie der Verkäuferführung

- Besonderheiten bei der Zusammenarbeit mit Verkäufern
- Selbsttest zum Erkennen des eigenen Führungsverhaltens
- Alternative Konzepte für das persönliche Führungsverhalten: Chancen und Grenzen der persönlichen Veränderung
- Einstellung des Verkaufsleiters gegenüber Mitarbeitern: Umgang mit unterschiedlichen Verkäuferpersönlichkeiten
- Verkäuferführung mit Zielsetzungen: Zielvereinbarungen sicherstellen und durchsetzen
- Mitarbeitergespräche als taktisches Führungsinstrument: Feedback-, Kritik- und Konfliktgespräche
- Anerkennung und Bestätigung als Grundlage des Führungserfolges
- Konfliktmanagement in der Verkäuferführung: Umgang mit schwierigen Verkäufern
- Leistungseinbruch bei Mitarbeitern: Möglichkeiten der Problembehandlung

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 Verkaufsleitung verschiedener regionaler Gebiete mit Kennzahlen

Preisanpassungen und Preiserhöhungen

- Die Vorbereitung als Erfolgsgarant für Preisanpassungs-Verhandlungen
- Kundenindividueller Mehrwert-Analysen
- Die 12 Phasen der erfolgreichen Preiserhöhungs-Verhandlung
- Wie man die Einstellung der Verkäufer zu Preisanpassungen verbessert
- Emotional Einstellungen auf „harte“ Preiserhöhungs-Gespräche
- Preisanpassungs-Verhandlungen mit unterschiedlichen Kunden- und Einkäufer-Typen

VERKAUFSLEITER

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 Handwerkzeuge, um Ihre Handlungen gegenüber dem eigenen Unternehmen, den Mitarbeitern und den Kunden zu „verkaufen“.
- Sie suchen nach neuen Wegen, Ihre Mitarbeiter zu führen.
- 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 Seminar beträgt inkl. Hotel (2 Übernachtungen), Frühstück, Business Lunch (Samstag), Erfrischungsgetränke während der Veranstaltung und der Dokumentation € 2.195,00. 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

