



Seminar

VERTRIEBSCONTROLLING: VERSTEHEN – AUFBAUEN – ANWENDEN

SIE LERNEN IN DIESEM SEMINAR

- Das Handwerkzeug des modernen Vertriebscontrollings
- Methoden der Kostensenkung und Ergebnisverbesserung in der Verkaufsorganisation
- Wie Sie mit Hilfe der Deckungsbeitragsrechnung gegenüber Ihren Mitarbeitern und Vorgesetzten argumentieren können
- Die wesentlichen Kennzahlen (KPI's) zur Steuerung des Vertriebs
- Alternative Möglichkeiten zur Durchführung von Vertriebsanalysen, u.a. Kunden-, Produkt- und Bezirksanalysen
- Die Optimierung des eigenen Führungsverhaltens durch den Einsatz von Vertriebskennzahlen

IHRE SEMINARLEITUNG

Dipl.-Kfm. **Ronald Heckl**, Heckl Consulting Hamburg

Termine und Orte

- » **23. und 24. Juni 2015**
Frankfurt a. M.
- » **30. Nov. und 01. Dez. 2015**
Stuttgart

» Praxisnah mit zahlreichen Fallbeispielen und Übungen

» Ideal für alle die Vertriebscontrolling und -steuerung zu Ihren Aufgabengebieten zählen

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

ZIELSETZUNG

Sie lernen in diesem Seminar, Kosten und Leistungen Ihres Vertriebs optimal zu messen, zu steuern und zu analysieren.

- In diesem Seminar werden aktuelle und bewährte Planungs-, Steuerungs- und Kontrolltechniken zur Optimierung der Außendienst-Produktivität vermittelt
- Sie erlernen den richtigen Einsatz von Vertriebskennzahlen
- Des Weiteren erlernen Sie mit den Ihnen vorliegenden Daten Ihren Vertrieb effizienter zu steuern

THEMA

Effektives Vertriebscontrolling ist für einen erfolgreichen Vertrieb unverzichtbar. Die Analyse und Steuerung der Außendienst-Produktivität findet häufig nur über Umsatz- und Deckungsbeitragszahlen statt. Aktuelle und praxisbewährte Methoden, wie der Gebietspotenzial-Analyse, der Kunden-Qualifizierung oder der Berichtsanalyse werden dabei leider viel zu selten eingesetzt. Hierdurch werden elementare Chancen für eine Ergebnisverbesserung vergeben.

ZIELGRUPPE

Dieses Seminar richtet sich an Geschäftsführer und Inhaber, Verkaufsleiter und Vertriebsleiter, regionale Vertriebsleiter, Vertriebscontroller sowie alle, die die Vertriebssteuerung zu ihrem Aufgabengebiet zählen oder zukünftig zählen werden

SEMINARLEITUNG

Herr Heckl hat verschiedene Positionen im Vertrieb und Marketing bei internationalen Unternehmen bekleidet. Als international tätiger Unternehmensberater mit Ausrichtung auf Marketing und Vertrieb ist er u.a. mit den Fachthemen Vertriebsanalyse, Umsatzbeschleunigung, Marktausrichtung, operative/strategische Verkaufssteuerung, Markttrends und Controlling vertraut. Er ist Dozent für Volkswirtschaftslehre, (internationales) Marketing und Handelsbetriebslehre in Hamburg und Lüneburg. Seit 1985 ist er zudem Inhaber der Unternehmensberatung Heckl Consulting Hamburg, und seit 1994 geschäftsführender Gesellschafter der H13 Werbeagentur GmbH. Mehr als 15.000 Mitarbeiter verschiedener Branchen hat er betreut, analysiert, gecheckt und beratend begleitet: Von der Firmenübernahme über Nachfolgeregelungen, der Change Management Begleitung, der Lösung von Supply Chain Prozessen, Neu- und Umstrukturierungen bis hin zur Neuausrichtung von Unternehmen sowie Marketing- und Vertriebsabteilungen für die Zukunft.

SEMINARINHALT

1. TAG 10:00 Uhr bis 18:00 Uhr

2. TAG 09:00 Uhr bis 17:30 Uhr

Ein Überblick über die Aufgaben und Ziele des Vertriebscontrollings

- Der Unterschied zwischen Kontrolle und Controlling
- Controlling im Unternehmen und die Unterschiede zwischen zentralem Unternehmenscontrolling, Marketing- und Vertriebscontrolling
- Trends im Vertriebscontrolling
- Arbeiten mit Kennzahlen (KPI's) zur Steuerung des eigenen Unternehmensbereichs
- Möglichkeiten zur Ermittlung und Interpretation von Kennzahlen
- **Gruppenarbeit:** Ermittlung der wesentlichen eigenen Kennzahlen

Die ersten Schritte zum Aufbau eines unternehmensgerechten Vertriebscontrolling

- Die grundsätzlichen Probleme bei der Einführung eines Controlling-systems
- Die Wertschöpfungskette im Unternehmen
- Alternative Möglichkeiten zur Datenerhebung: Warum Mitarbeiter Informationen liefern und warum sie dieses unterlassen
- **Fallbeispiel:** Minimalanforderungen an die Organisation und den Datenfluss im Unternehmen
- Widerstände gegen das Vertriebscontrolling und wie man mit diesen umgeht

Vertriebsführung auf der Basis von Zielsetzungen und Vertriebscontrollingdaten

- Erstellung, Pflege und das Erreichen von Vertriebszielen
- Analyse der Absatzwege: Alternative Möglichkeiten der Markt- und Zielgruppenanalysen
- **Gruppenarbeit:** Ermittlung der eigenen Unternehmens-, Abteilungs- und Mitarbeiterziele
- Der Soll-Ist-Vergleich als zentrales Vertriebscontrollinginstrument

Das betriebswirtschaftliche Handwerkzeug des Vertriebscontrollers

- Der Aufbau und die Pflege des Berichtswesens von Außen- und Innendienst im Vertrieb
- **Gruppenarbeit:** Entwurf eines Berichtswesens für den eigenen Außendienst
- Arbeiten mit Informationssystemen im Rahmen des Customer-Relationship-Managements (CRM)
- Verkaufsplanung und Budgetierung

Der Grundaufbau der Kostenrechnung als Basis des Vertriebscontrollings und der Kennzahlengestaltung

- Die Kosten- und Leistungsrechnung im Vertrieb
- Begriffe der Kostenrechnung und deren Verwendung
- **Fallbeispiele:** Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung
- Verursachungsgerechte Gemeinkostenverrechnung
- Ablauf der Kostenrechnung in der Praxis
- Preis-Kalkulationsverfahren in Industrie und Handel: Voll- und Teilkostenrechnung
- **Gruppenarbeit:** Auf- und Abschlagskalkulation
- Die Unterschiede zwischen Preispolitik und Pricing

Kennzahlen und Kennzahlensysteme im Vertriebscontrolling

- Kennzahlenerstellung und Überprüfung der Tauglichkeit von Kennzahlen zur Messung der Validität (Gültigkeit)
- Die Ermittlung von Haupt- und Spitzenkennzahlen: Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Rendite und Liquidität
- Rentabilitätskennzahlen als zentrale Steuerungsgrößen und ihre Konsequenzen für die Führung eines Verkaufsgebiets
- **Fallbeispiele:** Absatzpolitische Kennzahlen
- Festlegung der Verkaufsgebietsziele mit Hilfe des Vertriebscontrolling
- Kennzahlen für die Ergebnisnavigation im Verkaufsbezirk
- Bewertung quantitativer und qualitativer Erfolge im Außendienst
- Alternative Möglichkeiten der Selbststeuerung des Außendienstes mit Hilfe von Kennzahlen
- **Fallbeispiel:** Die Unterschiede zwischen Kennzahlen und Kennzahlen-Systemen

Deckungsbeitragsrechnung und Deckungsbeitragsanalyse

- Der Grundaufbau der Deckungsbeitragsrechnung
- **Gruppenarbeit:** Analyse der Tops und Flops bei Produkten und Sortimenten mit der Deckungsbeitragsrechnung
- Methoden und Verfahren der Deckungsbeitragsanalyse
- Wichtige Analyseverfahren der Deckungsbeitragsrechnung: Break-Even-Analyse und Pay-Off-Betrachtungen
- **Gruppenarbeit:** Break-Even-Analysen zur Besuchshäufigkeit, zu Investitionsentscheidungen und/oder zum Einsatz von Reisenden und/oder Handelsvertretern

Vertriebscontrolling mit Hilfe von Kundenanalysen

- Die Kunden-Deckungsbeitragsanalyse als Basis
- **Gruppenarbeit:** Analyse und Interpretation von Kundendeckungsbeitragsrechnungen
- **Fallbeispiel:** Aufbau einer Kunden-DATA-Base im Rahmen des CRM und Kunden-Controlling mit der Kunden-DATA-Base inklusive Plausibilitäts-Checks
- Klassische Kundensegmentierungsverfahren: ABC-Analyse und Portfolio-Analyse von Kunden und Kundengruppen

Das Vertriebscontrolling aus Sicht der Produkt- und Sortimentsanalyse

- Die Analyse der vertriebsrelevanten Artikel
- Fokussierung auf die Verbesserung der Absatzchancen deckungsbeitragsstarker Produkte
- Neuprodukte: Chance oder Fluch für den Vertrieb?
- **Fallbeispiel:** Lebenszyklus und Diffusionsmodell als Grundlage der Steuerung der Neuproduktaktivitäten im Vertrieb

Der Kernpunkt des Vertriebscontrolling: Die Gebiets- und Bezirksanalysen

- Verkaufsbezirke: Was taugen sie wirklich?
- **Gruppenarbeit:** Die Ergebnisbeurteilung des Außendienstes mit Hilfe der Deckungsbeitragsanalyse
- **Fallbeispiel:** Die Folgen der Rabattgewährung durch den Außendienst
- Die Führung von Verkaufsbezirken als Profit-Center
- Neu- und Reorganisation von Verkaufsbezirken
- Durchführung von Marktanalysen als begleitende Maßnahmen des Bezirkscontrolling

Bewährte und alternative Methoden und Techniken zur Kostensenkung und Ergebnisverbesserung in der Verkaufsorganisation

- Ermittlung des Kostensenkungspotentials im Vertriebsaußen- und -innendienst
- **Fallbeispiele:** Außen- und Innendienstzeitanalyse
- Einbindung des Vertriebsinnendienstes durch Team-Selling-Programme
- Quantitative und qualitative Leistungs- und Zielerreichungsbeurteilung von Verkaufs-Mitarbeitern und Verkaufs-Teams
- **Fallbeispiele:** Verbesserung der Vertriebsleistung im Rahmen von monetären und non-monetären ein- und mehrdimensionalen Entlohnungsmodellen
- **Gruppenarbeit:** Erarbeitung von Umsatz- und Leistungsvorgaben sowie Umsatz- und Kostenplanungen



Bringen Sie ihre Beispiele mit in das Seminar und diskutieren Sie diese mit den anderen Teilnehmern

INHOUSE-SEMINAR

Dieses Seminar können Sie auch als firmeninterne Schulung buchen:

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

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie uns an.

FRAU ANGELA BUNGERT / HERR JENS WILK
Tel.: +49 211 6214-563/-307, E-Mail: inhouse@vdi.de

Hinweis: bitte bringen Sie einen Taschenrechner mit zur Veranstaltung. Wir rechnen mit großen Zahlen!



VERANSTALTUNGSHINWEISE

Vom Ingenieur zum Vertriebsingenieur

24. und 25. Juni 2015 in Stuttgart (10SE002102)

Wertorientierte Unternehmensführung

21. und 22. Mai 2015 in Aschheim b. München (08SE023003)

Projektmanagement im Technischen Vertrieb

08. und 09. Juli 2015 in Frankfurt a.M. (10SE088004)

**VERTRIEBSCONTROLLING:
VERSTEHEN – AUFBAUEN – ANWENDEN**



Mit dem FSC® Warenzeichen werden Holzprodukte ausgezeichnet, die aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen, unabhängig zertifiziert nach den strengen Kriterien des Forest Stewardship Council (FSC). Für den Druck sämtlicher Programme des VDI Wissensforums werden ausschließlich FSC-Papiere verwendet.

Gedruckt auf 100 % Recycling-Papier, versehen mit dem Blauen Engel.

VDI Wissensforum GmbH
Kundenzentrum
Postfach 10 11 39
40002 Düsseldorf
Telefon: +49 211 6214-201
Telefax: +49 211 6214-154
E-Mail: wissensforum@vdi.de
www.vdi-wissensforum.de

Ich nehme wie folgt teil:

- 23. und 24. Juni 2015, Frankfurt a. M.** Seminar-Nr. 10SE087007
 30. November und 01. Dezember 2015, Stuttgart Seminar-Nr. 10SE087008

Bitte Preiskategorie wählen

	PS	Preis p./P. zzgl. MwSt.
Teilnahmegebühr	1	<input type="checkbox"/> EUR 1.590,-
persönliche VDI-Mitglieder	2	<input type="checkbox"/> EUR 1.490,-
VDI-Mitgliedsnummer*		

* Für die Preisstufe (PS) 2 ist die Angabe der VDI-Mitgliedsnummer erforderlich. **1111**

Nachname _____

Vorname _____

Titel _____

Funktion _____

Abteilung _____

Tätigkeitsbereich _____

Firma/Institut _____

Straße/Postfach _____

PLZ, Ort, Land _____

Telefon _____ Fax _____

Mobilnummer _____

E-Mail _____

Abweichende Rechnungsanschrift _____

Teilnehmer mit Rechnungsanschrift außerhalb von Deutschland, Österreich und der Schweiz zahlen bitte mit Kreditkarte. **Visa** **Mastercard**
 American Express

Karteninhaber _____

Kartenummer _____

Prüfziffer _____ gültig bis (MM/JJ)

Datum _____ x Unterschrift

Anmeldungen müssen schriftlich erfolgen. Anmeldebestätigung und Rechnung werden zugesandt. Gebühr bitte erst nach Rechnungseingang unter Angabe der Rechnungsnummer überweisen.

VERANSTALTUNGORT / ZIMMERBUCHUNG

Frankfurt am Main: Relaxa Hotel Frankfurt, Lurgiallee 2, 60439 Frankfurt, Tel. +49 69 95778-0, E-Mail: frankfurt-main@relaxa-hotel.de
Stuttgart: Ibis Styles Stuttgart, Teinacher Str. 20, 70372 Stuttgart, Tel. +49 711 9540-0, E-Mail: h1704@accor.com

Im Veranstaltungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zu VDI-Sonderkonditionen zur Verfügung. Bitte buchen Sie Ihr Zimmer frühzeitig per Telefon oder E-Mail direkt bei dem Hotel mit dem Hinweis auf die „VDI-Veranstaltung“. Weitere Hotels in der Nähe des Veranstaltungsortes finden Sie auch über unseren kostenlosen Service von HRS, www.vdi-wissensforum.de/hrs



Leistungen: Im Leistungsumfang sind die Pausengetränke und an jedem vollen Seminartag ein Mittagessen enthalten. Ein ausführliches Handbuch wird den Teilnehmern am Veranstaltungsort ausgehändigt.

Exklusiv-Angebot: Als Teilnehmer dieser Veranstaltung bieten wir Ihnen eine 3-monatige, kostenfreie VDI-Probemitgliedschaft an (Dieses Angebot gilt ausschließlich bei Neuaufnahme).

Geschäftsbedingungen: Mit der Anmeldung werden die Geschäftsbedingungen der VDI Wissensforum GmbH verbindlich anerkannt. Abmeldungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abmeldungen bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- zzgl. MwSt. Nach dieser Frist ist die volle Teilnahmegebühr gemäß Rechnung zu zahlen. Maßgebend ist der Posteingangsstempel. In diesem Fall senden wir die Veranstaltungsunterlagen auf Wunsch zu. Es ist möglich, nach Absprache einen Ersatzteilnehmer zu benennen. Einzelne Teile des Seminars können nicht gebucht werden. Muss eine Veranstaltung aus vorvorhersehbaren Gründen abgesagt werden, erfolgt sofortige Benachrichtigung. In diesem Fall besteht nur die Verpflichtung zur Rückerstattung der bereits gezahlten Teilnahmegebühr. In Ausnahmefällen behalten wir uns den Wechsel von Referenten und/oder Änderungen im Programmablauf vor. In jedem Fall beschränkt sich die Haftung der VDI Wissensforum GmbH ausschließlich auf die Teilnahmegebühr.

Datenschutz: Die VDI Wissensforum GmbH erhebt und verarbeitet Ihre Adressdaten für eigene Werbezwecke und ermöglicht namhaften Unternehmen und Institutionen, Ihnen im Rahmen der werblichen Ansprache Informationen und Angebote zukommen zu lassen. Bei der technischen Durchführung der Datenverarbeitung bedienen wir uns teilweise externer Dienstleister. Wenn Sie zukünftig keine Informationen und Angebote mehr erhalten möchten, können Sie bei uns der Verwendung Ihrer Daten durch uns oder Dritte für Werbezwecke jederzeit widersprechen.

Nutzen Sie dazu die E-Mail Adresse: wissensforum@vdi.de oder eine andere oben angegebene Kontaktmöglichkeit.