

Vertriebsplanung, Vertriebsorganisation, Vertriebscontrolling



Die Grundelemente einer Vertriebskonzeption

Dipl.Ing. Roman Teichert, MBA

Vertriebsdirektor Neuanlagen
Otis Deutschland

Termine der Lehrveranstaltung

- Freitag 28.10.2011 08:00 – 09:30 (2 SWS)
- Freitag 11.11.2011 08:00 – 11:15 (4 SWS)
- Freitag 25.11.2011 08:00 – 11:15 (4 SWS)
- Freitag 09.12.2011 08:00 – 11:15 (4SWS)
- Freitag 16.12. 2011 08:00 – 11:15 (4SWS)
- Freitag 13.01. 2012 08:00 – 11:15 (4SWS)
- Freitag 27.01.2012 08:00 – 15:15 (Blockveranstaltung)
- Freitag 03.02.2012 08:00 – 15:15 (Blockveranstaltung)

Aufbau der Lehrveranstaltung

INHALTE

1. Vertrieb im Rahmen der Unternehmensführung
2. Vertrieb in unterschiedlichen Geschäftsbereichen (B2B, B2C)
3. Elemente der Vertriebspolitik
4. Mitarbeiterführung im Vertrieb
5. Marketinggrundlagen für den Vertrieb
6. Die Vertriebskonzeptionen
7. Kundengewinnung und –sicherung
8. Spezielle Kundenbetreuungs-konzeptionen
9. Vertriebsplanung und -controlling

BEGLEITENDE ARBEITEN

- Bearbeitung von Fallstudien zu ausgewählten Themen (Workshop)
- Schriftliche Arbeit in der Gruppe zu ausgewählten Themen des Vertriebes (10 Seiten)

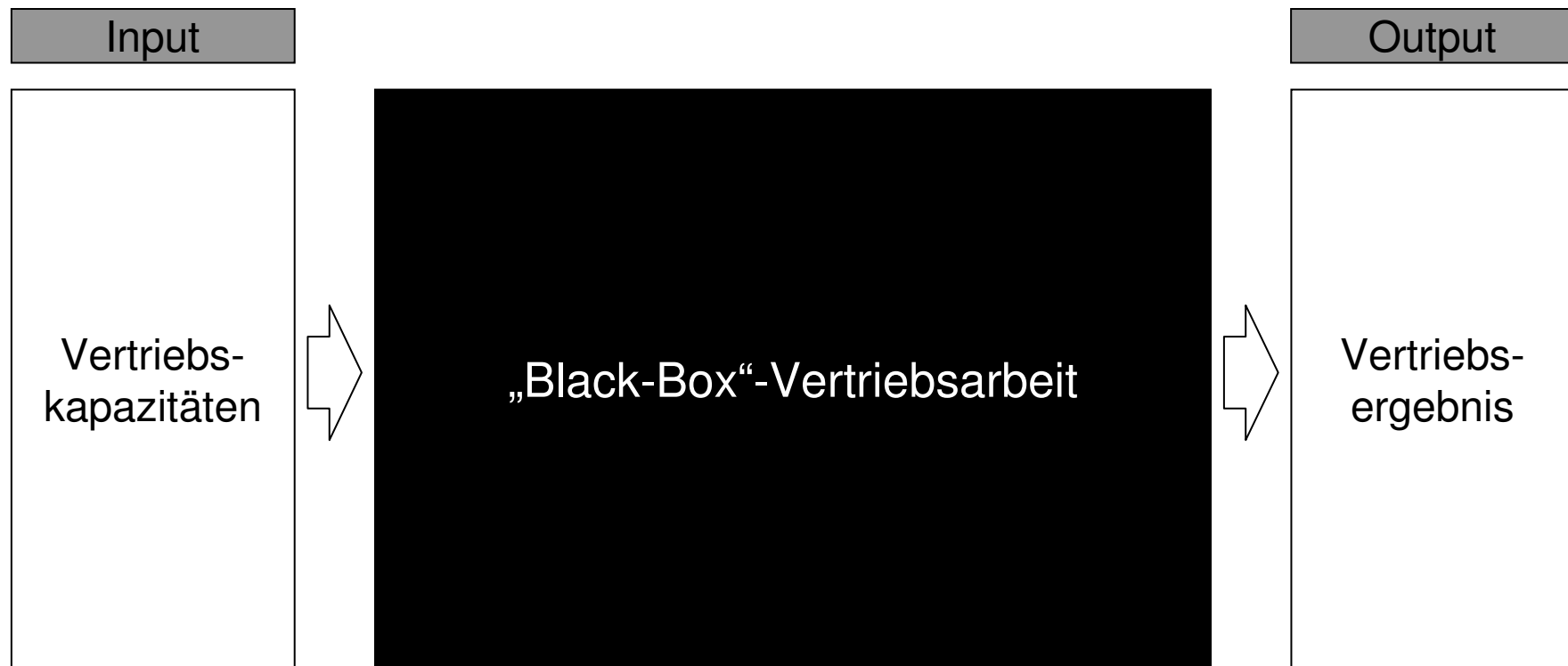
GRUNDLAGENBUCH

- Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung
(*Instrumente des integrierten Kundenmanagements*)
- Peter Winkelmann (Verlag: VAHLEN)

Ziel: Verstehen der Grundlagen eines Vertriebsmanagement-Systems

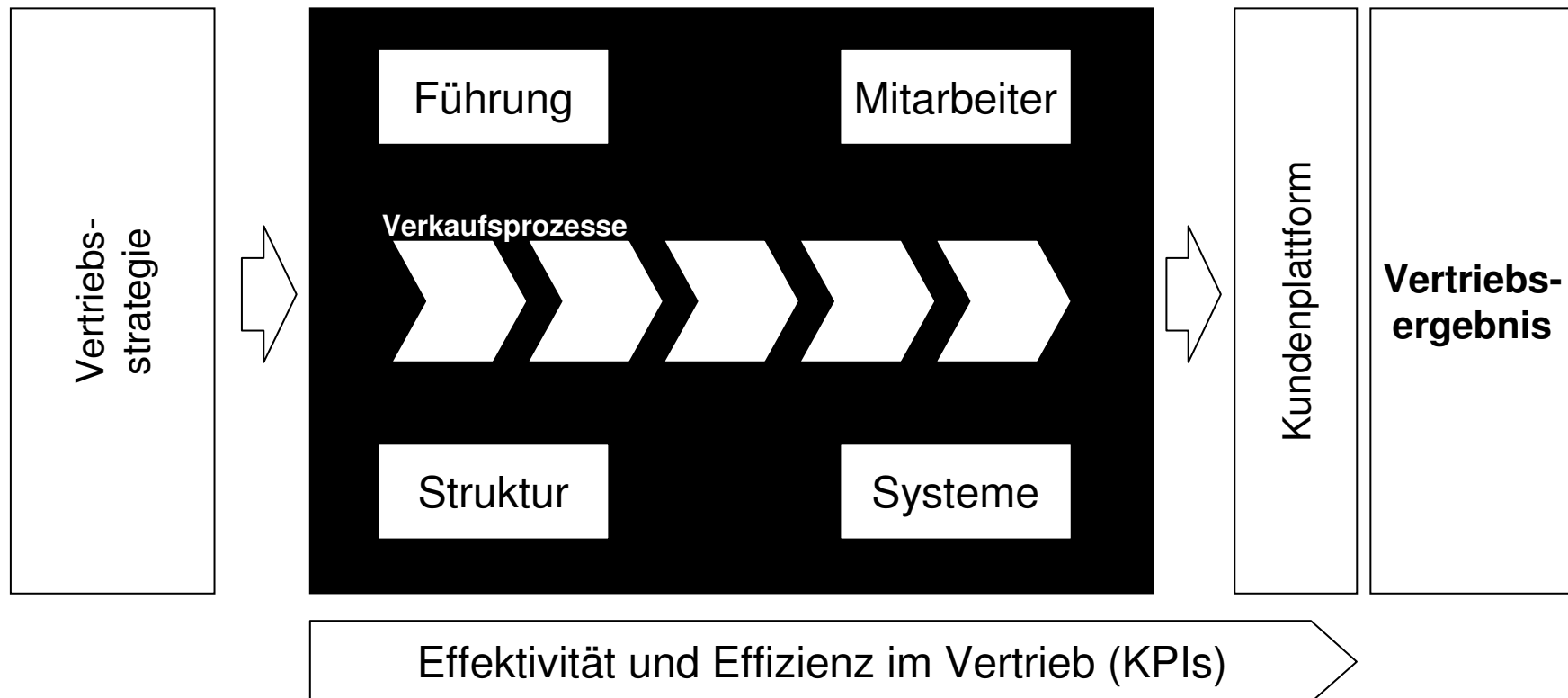
Verkaufsmodell –
Stellhebel zur
Steigerung der
Leistung

„Black-Box“ der Vertriebsarbeit



Verkaufsmodell –
Stellhebel zur
Steigerung der
Leistung

Bausteine eines Verkaufsmodells



Quelle: Mercuri