

VERKAUFS

A K A D E M I E

ÖPWZ & Fachhochschule Wiener Neustadt

Verkaufs- und

Vertriebsmanagement



**In 3 x 2 Tagen die Bausteine zur Stärkung von
Kernkompetenz und Führungspraxis im Verkauf!**

**Verkaufsplanung &
Vertriebscontrolling**

Modul 1 24. – 25. Februar 2005

**Analytical Sales: Vertriebsanalyse & Strategie
CRM-Praxis: Umsetzung und Potenziale**

Modul 2 31. März – 1. April 2005

**Führung, Selbstmanagement,
Motivation & Zielerreichung**

Modul 3 28. – 29. April 2005

**Drei TOP-EXPERTEN zeigen, mit welchen strategischen Methoden und
Instrumenten Sie Verkaufserfolge dauerhaft steigern können, um die
Unternehmensziele zu erreichen und nachhaltig zu sichern:**

Prof. (FH) Dr. Karl PINCZOLITS

Ulrich KRUMB

Mag. Andreas WEESE



Österreichisches Produktivitäts-
und Wirtschaftlichkeits-Zentrum

Wien, Hotel de France



Starkes Verkaufsmanagement als Schlüssel zur nachhaltigen Sicherung des Unternehmenserfolges

Drei Top-Experten und Praktiker zeigen Ihnen, mit welchen strategischen Methoden und Instrumenten Sie Verkaufserfolge dauerhaft steigern können, um als Sales Manager gemeinsam mit Ihrem Team die Unternehmensziele zu erreichen und Gewinne zu halten oder sogar auszubauen.

Verkaufsplanung & Controlling mittels einfach nutzbarer und praxiserprobter Kennzahlen bilden den ersten Baustein dieser Akademie.

Der Vertrieb als dynamisches Umfeld stellt höchste Anforderungen an Flexibilität und Leistungsfähigkeit. Schneller Zugriff auf aktuelle Informationen und Kennzahlen-Unterstützung der kurz-, mittel- und langfristigen Planung bieten eine solide Basis für wirkungsvolle Vertriebssteuerung und Kundenbetreuung.

Mit dem zweiten Baustein stellen wir Ihnen intelligente Konzepte und praxistaugliche Werkzeuge vor, die Sie dabei unterstützen, Ihre Marktposition auszubauen und zu sichern.

Wie verändern sich Vertriebsorganisationen heute? Welche Trends gibt es? Was bringt dauerhaft geschäftlichen Nutzen und wie kann es in die bestehende Unternehmens-Organisation integriert werden? Vertriebsanalyse und konstruktiv-wirksames Customer Relationship-Management (CRM), richtige Strategie und Taktik, sowie genaue Kenntnis der Verkaufskompetenzen eliminieren den Faktor Glück und Zufall aus dem Verkaufsprozess. Verkaufserfolge werden erfassbar, planbar und wiederholbar.

Im dritten Baustein der Akademie vertiefen Sie die Kernelemente qualifizierter Führung in Vertrieb & Verkauf.

- Sie erweitern Ihre Fertigkeiten,
- mit Veränderungen positiv umzugehen
 - Kräfte für die erfolgreiche Realisierung von Zielen und Strategien bei sich und bei Ihren Mitarbeitern freizusetzen
 - mit höchst motivierten Mitarbeitern Kundenbedürfnisse rasch zu erkennen und in Verkaufserfolge umzusetzen.

Teilnehmerkreis

- Leiter/innen in Verkauf und Vertrieb, Key Account Manager, Sales Manager
- Gebietsverkaufsleiter/innen
- Geschäftsführer/innen, die Aufgaben im Verkaufsmanagement wahrnehmen
- Stellvertretende Verkaufsleiter/innen und Nachwuchsführungskräfte
- Leiter/innen von Filialen und Niederlassungen
- Führungskräfte, die mit Verkaufsaufgaben betraut sind
- Fachkräfte und Techniker, die zunehmend leitende Verkaufsaufgaben übernehmen
- Qualifizierte Mitarbeiter/innen des Außen- und Innendienstes, die Funktionen im Verkaufsmanagement ausüben oder ausüben werden
- Vertriebscontroller, Produktmanager mit Verantwortung für die Marktbearbeitung
- Projektleiter/innen

Methodik

Kurze Einstimmung zum Thema, Vortragssequenzen wechseln mit der interaktiven Bearbeitung von Problemstellungen ab, Lösungsansätze werden dargestellt, Anwendungsmöglichkeiten diskutiert.

Durch Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Checklisten und detaillierte Arbeitsunterlagen wird es Ihnen leicht gemacht, sich in unterschiedliche Situationen und Aufgabenstellungen zu versetzen. So können Lösungsmöglichkeiten besser erkannt und in ihrem Wert beurteilt werden. Bei der Diskussion konkreter Problemstellungen und beim Erfahrungsaustausch in der Gruppe werden bereits Lösungsideen geboren.

Unsere Top-Experten geben Ihnen Anregungen und Informationen und zeigen Ihnen moderne Praktiken des Verkaufsmanagements, die Ihre bisherigen Erfahrungen ergänzen. Gemeinsam entwickeln Sie Ideen und Wege, wie Sie das Erarbeitete in Ihrem Unternehmen unmittelbar und gewinnbringend einsetzen.

Wissens-Check-up

Planen Sie einen Check-up Ihres Wissens, möchten Sie Informationen aus der Praxis über neue Entwicklungen und Trends, wurden oder werden Sie gerade mit Aufgaben im Verkaufsmanagement betraut, dann sind Sie bei diesem Intensivtraining Verkaufs- und Vertriebsmanagement richtig!

Teilnehmerstimmen

„Die ständige und schnelle Veränderung auf den Märkten erfordert laufend ein Überdenken und Optimieren der Vertriebsstrategie und -struktur. Die ÖPWZ Verkaufs-Akademie regt sehr praxisnahe an, neue Wege einzuschlagen und mit einfachen Mitteln erfolgreich die Produktivität im Vertrieb zu steigern. Eine vorbildhafte Seminarorganisation, vortragende Experten und Praxisberichte von Kurskollegen machten die Verkaufs-Akademie für mich zum Erfolg.“

Petra Garai, Leiterin Vertrieb, Vereinigte Bühnen Wien GesmbH

„Es wird praxis- und teilnehmerorientiert hervorragend erarbeitet, wie durch verbesserte Vertriebssteuerung auf Basis moderner IT-Entwicklungen Marktpotenziale effizient bearbeitet werden können. Für mich persönlich war es wichtig, Möglichkeiten zu erkennen, die ein kundenorientiertes Vertriebsmanagement in einem dynamischen Umfeld unterstützen.“

Mag. Christian Sutrich, EVN AG

„Gründe warum ich die Verkaufsakademie besuchte, waren die Inhalte, die für meine berufliche Tätigkeit interessant sind. Die Terminierung auf drei mal zwei Tage kam mir zusätzlich entgegen. Zu Beginn jeden Tages war es sehr interessant zu sehen, wie der Trainer sich auf das jeweilige Thema einspielte. Gratulation zur Auswahl der Trainer. Alle unterschiedlich, auch in der Persönlichkeit, aber dennoch im Detailthema unschlagbar. Sehr gut fand ich auch die Gruppenarbeiten, die einerseits Spaß machten und lehrreich waren, andererseits die Teilnehmergruppe zusammenschweißte. Das gesamte Seminar war sehr lehrreich und hilft mir auch in meiner Tätigkeit als Verkaufsleiter.“

Thomas Marx, Verkaufsleiter, Baumax GmbH

„– Gute Möglichkeit zur Bestimmung des eigenen Standortes.
– Inhalte sind auch auf Bedürfnisse der Investitionsgüterindustrie abgestimmt.
– Gruppengröße ist ideal.
– Modus lässt sich gut in eigene Zeitplanung integrieren.
– Kompetente Vortragende.
– Kombination aus Frontalvortrag und Gruppenarbeit sehr gut.“

Dipl.-Ing. Franz Sodja, Leiter Corporate Marketing, VAE AG

„Schnelle Veränderungen der Märkte (Globalisierung, Mitbewerber, Produkte etc.) verlangen im Vertrieb eine laufende Optimierung der Strategien. Die vom ÖPWZ angebotene Verkaufs-Akademie bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, Wege sowie Werkzeuge zur Produktivitätssteigerung kennen beziehungsweise anwenden zu lernen, die für eine erfolgreiche Marktbearbeitung notwendig sind.“

Mag. Adolf Pukl, Verkaufsleiter WIBERG GmbH, Gastronomie Österreich/Slowenien

Das Programm

Modul 1

Verkaufsplanung & Vertriebscontrolling Karl PINCZOLITS

Donnerstag, 24. Februar und Freitag, 25. Februar 2005

Controlling und Planung

- Die neuen Trends bei Vertriebskennzahlen
- Welche und wie viele Kennzahlen benötigt das Vertriebsmanagement zur effektiven Steuerung des Innen- und Außendienstes?
- Welchen Nutzen bringt Verkaufscontrolling Ihrem Unternehmen?
- Welche Messmethoden gibt es und wie können Sie diese einsetzen?
- Welche Führungskennzahlen können bei E-Commerce und neuen Mobiltechnologien erhoben werden?
- Mit welchen Messmethoden können Sie die Chancen des Marktes systematisch auswerten?

Coaching der Vertriebsmitarbeiter

- Welche EDV-Unterstützung ist notwendig, um die benötigten Kennzahlen zu erhalten?
- Welche EDV-unterstützten Vertriebscontrolling-Tools sind sinnvoll und wie kann sie der Verkaufsleiter nutzen?

- Wie können Sie Ihre Mitarbeiter bei der Effizienzsteigerung einbinden, um sie zu motivieren und Widerstände zu vermeiden?
- Mit welchen Methoden lässt sich Ihre Vertriebsorganisation entschlacken?
- Arbeiten mit dem Speed-Controller: Mit welchen Metriken können Sie Ihre Verkäufer rasch zu Spitzenverkäufern entwickeln?
- Sales Process Redesign: Wie steigern Sie Gewinn und Umsatz durch ständiges Verändern von Vertriebsform und Vertriebsweg?

Ihr Gewinn aus Verkaufscontrolling und Verkaufsplanung

- Trimmen: Wie erhalten Sie echte Führungskennzahlen, mit denen Sie die Leistung Ihrer Mitarbeiter messen und steuern können?
- Wie können Sie neue Vertriebswege auf ihre Effizienz überprüfen?
- Wie können Sie ein Vertriebscontrolling sehr einfach und aussagekräftig aufbauen?

Modul 2

Analytical Sales: Vertriebsanalyse & Strategie Karl PINCZOLITS

Donnerstag, 31. März 2005

Das Fünf-Stufen-Modell in der Vertriebsanalyse

- Auf welcher vertrieblichen Entwicklungsstufe befindet sich Ihre Vertriebsorganisation?
- Die Werkzeuge zur Vertriebssteuerung
- Die Bewertung der Daten
- Die Analyse des Marktdrucks
- Den Gesamterfolg des Vertriebs messen und steuern

Die optimale Organisationsform

- Bewertung verschiedener Verkaufs-Channels
- Multi-Channel-Strategien erfolgreich gestalten
- Die eigene Organisation den Kunden und Märkten anpassen

Die Auswahl von geeigneten Strategien und Taktiken zum Kunden

- Passen Strategien und Taktiken zu meiner Organisation?
- Sind die eingesetzten Werkzeuge geeignet, den Vertriebsserfolg zu unterstützen?
- Welches Vertriebscontrolling ist adäquat?

Analyse der Verkaufskompetenzen und des Beziehungsmanagements

- Welche eigenen Kompetenzen und Stärken müssen vorhanden sein, um die Ziele umzusetzen?
- Wie kann die Qualität des Kundengewinnungs- und Betreuungsprozesses gemessen und gesteigert werden?
- Wie kann die Qualität und die Akzeptanz von Produkten und Dienstleistungen vertrieblich bewertet werden?

Die Top-Experten

Prof. (FH) Dr. Karl PINCZOLITS

seit 25 Jahren im Verkauf, im Management und als Berater in Vertrieb und Marketing tätig. Er berät und trainiert amerikanische, europäische und japanische Unternehmen im Bereich Wachstumsstrategien und Umsatzsteigerungen; er ist Fachbereichsleiter für Marktkommunikation und Vertrieb an der Fachhochschule Wiener Neustadt, Autor der Bücher „Der Schlagzahlmanager“ und brandaktuell „Der befreite Vertrieb“ sowie der Studien „Produktivität im Vertrieb“ und „Best Sales Performance“. Zu seinen Kunden gehören u.a. ABB, AWD, Bender, Bewag, Canon, CapitalLeben, Ciba Vision, Credit Suisse, EVN, Hestag, IBM, Lewa, Masterfoods, Novartis, Nycomed, Philips, Quelle, Ratioform Verpackungsmittel GmbH, Siemens, Skandia, Wiener Städtische Versicherung, Wiener Stadtwerke, Wiengas.



Ulrich KRUMB

Geschäftsführender Gesellschafter der VMS Vertriebs- & Marketing-Services GmbH. Mit der Thematik CRM beschäftigt er sich seit 1986. Als Insider verfügt er über hervorragende Branchenkenntnisse und ist Autor zahlreicher Veröffentlichungen, u.a. des Buches „Kundenbeziehungen erfolgreich managen“. VMS ist ein auf Customer Relationship Management spezialisiertes Beratungsunternehmen und Systemintegrator, das mittelständige Unternehmen, ausgehend von deren strategischen und operativen Unternehmenszielen, bei der Ausrichtung Ihrer Kundenbeziehungen in ihren professionellen CRM-Aktivitäten unterstützt. Zu seinen Kunden zählen u.a.: ABB, ActiveISP, Biehler, Done, Güdel, Mettler Toledo, Inat, Gebr. Laumans, Ultrafilter, Walter Knoll, VDMA Verlag, VITA.

Mag. Andreas WEESE

Managementtrainer und Berater von internationalen Unternehmen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Als Praktiker über 20 Jahre Erfahrung in Marketing und Verkauf; seit 1991 selbstständig. Auf Grundlage von Potenzialanalysen arbeitet er mit den individuellen Stärken von Menschen. Als Vizepräsident der „Gemeinschaft Europäischer Marketing- und Verkaufsexperten“ zahlreiche internationale Vorträge zu Fragen des Managements und Verkaufs. Zu seinen Kunden zählen u.a.: Bankhaus Spängler, Berliner Rundfunk, Bosch-Blaupunkt, Erste Bank, Fiat, Kodak, Sparkassenakademie, Pierre Lang, Renault, SOS Kinderdorf, Der Standard.



Modul 2

CRM-Praxis: Umsetzung und Potenziale

Ulrich KRUMB

Freitag, 1. April 2005

Customer Relationship Management – Vom visionären Anspruch zur Realisierung in der Praxis – Chancen und Erfolgspotenziale eines professionellen

Kundenbeziehungsmanagements

- Aktueller Stand des Kundenbeziehungsmanagements
- Die Säulen eines professionellen Kundenmanagements
- Wie Internet die Kundenbeziehungen verändert
- CRM-Assessment: Den eigenen Reifegrad erkennen

Die Schritte einer erfolgreichen CRM-Strategie

- Bewertung und Segmentierung der Geschäftspartner
- Segmentstrategie

- Die Interaktion
- Lernen aus der Beziehung
- Controlling und Steuerung des CRM

Die Umsetzung

- Definition der Anforderungen
- Anbietersauswahl: Die Qual der Wahl
- Kritische Erfolgsfaktoren
- CRM zahlt sich aus: Kosten und Nutzen unter der Lupe (ROI)
- Worauf man bei der Einführung achten muss
- Ausbauschritte + Quick Wins

CRM-Best Practice: So funktioniert CRM

- Live Präsentation relevanter CRM-Funktionen am Beispiel eines der führenden CRM-Systeme Europas

Modul 3

Führung, Selbstmanagement, Motivation & Zielerreichung

Andreas WEESE

Donnerstag, 28. April und Freitag, 29. April 2005

Führen im Spannungsfeld von Selbstkompetenz und sozialer Kompetenz

- Warum Veränderungsprozesse häufig scheitern
- Warum Fachkompetenz alleine zu wenig ist
- So schaffen Sie Rahmenbedingungen für den Erfolg
- Wie Mitarbeiter und Verkaufs-Teams leistungsstärker werden

Persönlichkeit und individuelle Mitarbeitermotivation

- Unterschiedliche Persönlichkeiten haben unterschiedliche Wahrheiten
- Wie setze ich meine Stärken bestmöglich ein?
- Mitarbeiterauswahl und Stellenanalyse
- Was motiviert bzw. frustriert Mitarbeiter?
- Mitarbeiter-Coaching – aber richtig!

Situatives Führen und Kommunikation: Jedem Mitarbeiter seine Führung

- Wie Sie Führung konkret auf den Entwicklungsstand und das Engagement der Mitarbeiter abstimmen
- Wie bringe ich meine Botschaft so „rüber“, dass sie sicher ankommt?
- Wie erreiche ich Spitzenleistungen der Mitarbeiter?

Fördern und fordern

- Zielvereinbarung und Selbstverantwortung
- Klartext reden in der Kommunikation
- Konsens und Konflikt: Probleme konstruktiv lösen

Organisation

Termine

- Modul 1** Donnerstag, 24. Feb. und Freitag, 25. Feb. 2005, MV 502 710
Modul 2 Donnerstag, 31. März und Freitag, 1. April 2005, MV 503 710
Modul 3 Donnerstag, 28. April und Freitag, 29. April 2005, MV 504 710

jeweils ab 8:30 Uhr Check-In mit Begrüßungskaffee
9:00 Uhr Beginn des Seminars, 17:00 Uhr Ende des Seminars am 1. Tag
2. Tag von 9:00 bis 17:00 Uhr

Ort

Hotel de France, 1010 Wien, Schottenring 3, Tel. (01) 313 68-0
Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer im Seminarhotel oder nennen Ihnen andere
Übernachtungsmöglichkeiten. Bitte rufen Sie uns an: Kunden-Center, Tel. (01) 533 86 36-11

Teilnahmegebühr (exkl. 20 % MWSt.)

€ 995,00 je Teilnehmer/in und Modul jeweils inkl. umfangreicher Arbeitsunterlagen,
Begrüßungskaffee, Mittagessen, Pausenerfrischungen

Anmeldungsrücktritt (bitte schriftlich): bis zwei Wochen vor Beginn der Akademie
gebührenfrei, danach 50 % der Teilnahmegebühr. Ab dem Tag des Akademie-Beginns
verrechnen wir die volle Teilnahmegebühr. Die Stornogebühr entfällt, wenn Sie eine/n
Ersatzteilnehmer/in nominieren.

Abschlussdiplom

Die Teilnehmer/innen haben die Möglichkeit, nach Absolvierung aller 3 Module eine Prüfung abzulegen. Die
Prüfung besteht in der Präsentation einer Fallstudie/eines konkreten Projekts bzw. einer Problemlösung.
Nach erfolgreicher Präsentation erhalten Sie das Diplom „**Certified Sales Manager**“ **Fachhochschule**
Wr. Neustadt/ÖPWZ. Prüfungstaxe: € 135,00 (exkl. 20 % MWSt.)

Qualifizierungsförderung

Diese Ausbildung kann im Rahmen der Qualifizierungsförderung für Beschäftigte im Rahmen des ESF (Ziel 3)
gefördert werden. Nach Vorlage eines Bildungsplanes werden bis zu zwei Drittel der anfallenden Akademie-
Gebühren rückerstattet. Nähere Informationen: <http://www.opwz.com/ams.htm> oder direkt in der
Bundesgeschäftsstelle des AMS (<http://www.ams.or.at>) bzw. den regionalen Geschäftsstellen.

Begrenzte Teilnehmerzahl

Um ein intensives Arbeiten zu gewährleisten, ist die Anzahl der Teilnehmer/innen dieser Akademie mit
16 Personen begrenzt. Die Verkaufsakademie war bisher rasch ausgebucht, daher empfehlen wir eine früh-
zeitige Anmeldung. *Buchungen der gesamten Akademie, also aller 3 Module, werden vorrangig aufgenommen.*

Anmeldung

Mit dem Anmeldeabschnitt an das ÖPWZ, 1014 Wien, Rockhgasse 6, per Fax (01) 533 86 36 36
oder E-Mail: anmeldung@opwz.com

Kontakt

Mag. Barbara HALAPIER, Tel. (01) 533 86 36-58, E-Mail: barbara.halapier@opwz.com
Fragen zur Organisation beantwortet gerne das Kunden-Center, Tel. (01) 533 86 36-11

Tel. (01) 533 86 36-11
E-Mail: anmeldung@opwz.com

Anmeldung: Fax (01) 533 86 36-36

Vor/Zuname(n): Funktion(en):

Firma/Anschrift: Branche:

Telefon: Fax:

E-Mail:

Zimmerreservierung JA NEIN

Modul 1: Anreise: Abreise:
Modul 2: Anreise: Abreise:
Modul 3: Anreise: Abreise:

Datum/Unterschrift:

Verkaufs-Akademie

- Modul 1**
24. – 25. 2. 2005
MV 502 710
- Modul 2**
31. 3. – 1. 4. 2005
MV 503 710
- Modul 3**
28. – 29. 4. 2005
MV 504 710

Zutreffendes bitte ankreuzen