

So steigern Sie die

# Effizienz im Vertrieb

➤ Verschwendung vermeiden

➤ Ressourcen optimal einsetzen ➤ Hohe Erträge erzielen

## Stellen Sie Ihren Vertrieb auf den Prüfstand!

### Der professionelle Vertriebs-Prozess

- Vom Angebot zum Closing
- Aufbau einer „Angebots-Factory“

### Verschwendungen im Vertrieb vermeiden

- „Zeitfresser“ im Vertrieb
- Optimierungspotenziale aufdecken

### Effizienzorientierte Organisationsmodelle

- Konzepte der Leistungssteigerung
- Zentralisierung vs. Dezentralisierung

### Der Vertrieb der Zukunft

- Business Innovation Management
- Entwicklung neuer Geschäftsfelder

Ihre Vertriebs-Experten:



Prof. Dr. Lutz Becker  
Merkur Internationale  
Fachhochschule Karlsruhe



Thomas Allner  
BSH Bosch und Siemens  
Hausgeräte GmbH



Wolfgang Heykena  
ING-DiBa AG



Stefan Pieper  
ING-DiBa AG

### Die neuesten Ansätze:

- ✓ Total Quality im Vertrieb
- ✓ Von KAIZEN® und Six Sigma lernen
- ✓ Effizienzorientierte Organisationsmodelle
- ✓ Konzepte zur Kostensenkung

Hoher Lernerfolg durch  
begrenzte Teilnehmerzahl!

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

25. und 26. August 2008 in München

22. und 23. September 2008 in Frankfurt am Main

23. und 24. Oktober 2008 in Hamburg

## Durchleuchten Sie Ihre Vertriebsprozesse!

Ihr Seminarleiter:

Prof. Dr. rer. oec. Lutz Becker, Lehrgebiet Unternehmensführung, **Merkur Internationale Fachhochschule Karlsruhe**, Karlsruhe

### Stellen Sie Ihre Prozesse auf den Prüfstand!

- Aufdecken von Optimierungspotenzial
- Wie sieht der Ablauf des Vertriebs aus?
- Wie erfasst man die bestehenden Prozesse und Tätigkeiten im Vertrieb?
- Welche Aktivitäten erbringen einen Wert für mein Unternehmen – und welche nicht?
- Wo gibt es „Zeitfresser“ im Vertrieb?

### Das effiziente Vertriebskonzept

- Die Bedeutung professioneller Vertriebskonzepte für den Markterfolg
- Die Unternehmensziele festlegen
- Vom Unternehmensziel zum Vertriebsziel
- Sinnvolle Ziele definieren
- Vertriebsstrategien aus den Zielen ableiten
- Vertriebskanäle abstimmen
- Vertriebssteuerungsinstrumente anpassen

### Ausrichtung aller Aktivitäten auf den Kunden

- Methoden zur Kundensegmentierung- und qualifizierung
- Wer sind meine wichtigen Kunden?
- Stärken der Kundenbeziehung – Wie mache ich meine Kunden zu Stammkunden?
- Kundenentwicklung: Wie mache ich aus einem C-Kunden einen A-Kunden?

### Der professionelle Vertriebsprozess – Vom Angebot zum Closing

- Aufbau einer „Angebots-Factory“
- Qualifizierung der Anfragen
- Soll-/Ist-Vergleich
- Ziele festlegen
- Wie muss ein kundenorientiertes Angebot aussehen?
- Professionelles Leadmanagement

### Effiziente Führung im Vertrieb

- Wie kann ich mit meinem bestehenden Personal das bestmögliche Ergebnis erzielen?
- Aus kleinen Teams die maximale Leistung ausschöpfen
- Mitarbeiter zu Hochleistungen führen
- Projektorientierte Personalführung

### Den Vertrieb mit Projekten führen

- Warum der Vertrieb als Projekt geführt werden sollte
- Besseres Zielmanagement = Mehr Effizienz
- Die Dramaturgie der Vertriebsprojekte
- Andere Bereiche in die Verantwortung nehmen
- Vom Einzelkämpfertum zum Teamspiel

### Unterstützung des Vertriebs durch CRM

- Wie können die Abläufe im Vertrieb durch IT sinnvoll unterstützt werden?
- Professionelle CRM-Systeme einsetzen
- Erstellung eines Leistungskatalogs für eine erfolgreiche CRM Einführung
- Was sind die Ziele und der Hauptnutzen einer IT-Unterstützung?
- Aufdecken von Potenzialen einer verbesserten Zusammenarbeit durch die IT
- Übergreifende IT-Lösung für Vertrieb, Marketing und Service
- Schulung der Mitarbeiter

### Verschwendungen im Vertrieb vermeiden

- Womit vergeuden die Mitarbeiter ihre Zeit?
- Informationsverlust an Schnittstellen

Praxisworkshop

### Der kundenbezogene Vertriebsansatz im Kundendialog der ING-DiBa

- Vertriebsansatz des Kundendialogs
- Strategie für das Verkaufsgespräch
- Unterstützung und Realisierung von CRM
- Gesprächstechniken des Kundenberaters
- Führungsverantwortung und Vertriebskultur

#### Am 25. August 2008:

Stefan Pieper  
Teamleiter Kundendialog,  
**ING-DiBa AG**, Hannover

#### Am 23. September 2008 und am 23. Oktober 2008:

Wolfgang Heykena  
Ressortleiter Kundendialog,  
**ING-DiBa AG**, Hannover

Best Practise

### Get-Together

Ausklang des ersten Tages in informeller Runde.

**Management Circle** bzw. das **Lindner Hotel Am Michel** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern!

### Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: Ab 8.45 Uhr Empfang mit Tee und Kaffee, Ausgabe der Seminarunterlagen.

	Beginn des Seminars	Gemeinsames Mittagessen	Ende des Seminars
1. Seminartag	9.30 Uhr	12.30 - 14.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 - 14.00 Uhr	ca. 17.30 Uhr

An beiden Tagen sind Kaffee- und Teepausen in Absprache mit den Referenten und den Teilnehmern vorgesehen.

# Verschwendungen vermeiden und effiziente Prozesse gestalten!

Ihr Seminarleiter:  
Prof. Dr. rer. oec. Lutz Becker

### Effizientes Schnittstellen-Management

- Optimale Zusammenarbeit von Außen- und Innendienst sowie Customer Service
- Klar definierte Prozesse und Abläufe vorgeben
- Gezielte Miteinbeziehung von Kundenservice, Marketing und technischem Service
- Funktion und Integration des technischen Produkt Managements
- Aufbau eines effizienten Key Account Managements

### Faktor Zeit – entscheidend für die Leistung im Vertrieb

- Bestimmung und Aufbau von Kernkompetenzen und kritischen Ressourcen
- Womit wird im Vertrieb Zeit vergeudet?
- Und wo fehlt den Mitarbeitern diese Zeit?

### Effizienzorientierte Organisationsmodelle und Konzepte

- Aktuelle Organisationsmodelle im Vergleich
- Aufbauorganisation vs. Ablauforganisation
- Dezentralisierung vs. Zentralisierung
- Konzepte der Leistungssteigerung im Vergleich
- Konzepte der Kostensenkung im Vergleich

### Optimierung der Produkt- und Artikelstruktur

- Sind meine Produkte marktfähig?
- Erarbeiten der Kundenpräferenzen
- Kundenorientiertes Innovationsmanagement

### Business Innovation Management

- Wie passe ich den Vertrieb an neue Produkte an?
- Produktentwicklung und Vertrieb in einem Boot
- Schulung der Verkäufer auf neue Produkte

### Business Development Management

- Die grundlegende Systematik des BDM
- Identifikation von Wachstumsfeldern und Marktnischen
- Entwicklung neuer Geschäftsfelder
- Neue Organisationsmodelle durch BDM?

### Der internationale Vertrieb

- Wie mache ich meinen Vertrieb fit für die Globalisierung?
- Die effiziente Ressourcenallokation
- Auswahl geeigneter Länder
- Festlegung der Markteintritts- und Timingstrategie

### Cross-Media im Vertrieb Praxisworkshop

- Die effiziente Unterstützung durch Vertriebsmedien
- Welche Medien sind wirklich sinnvoll?
- Kataloge, Anzeigen, Mailings & Co.

### Total Quality im Vertrieb

Die Top-Ansätze für einen effizienten Vertriebsprozess

- Was der Vertrieb von KAIZEN® und Six Sigma lernen kann
- Die Null-Fehlerrate im Vertrieb – Geht das?
- Verschwendungen vermeiden und effiziente Prozesse gestalten
- Ausrichtung aller Aktivitäten auf den Kunden
- Ständige Verbesserung der Qualität im Vertrieb
- Konzentration auf wertsteigernde Prozesse

### Von den Ist- zu den Sollprozessen des effizienten Vertriebs

- Erfolgreiches Reengineering der Vertriebsprozesse
- Projektmanagement eines Reengineering im Vertrieb
- Darstellung möglicher Sollprozesse
- Strukturiertes Vorgehen vom Ist zum Soll

### Schärfung des Tätigkeitsspektrums des Vertriebsmitarbeiters

- Welche Tätigkeiten leisten einen Wert für das Unternehmen?
- Der optimale Tagesplan eines Vertriebsmitarbeiters
- Beschwerdemanagement, Retourenbearbeitung & Co. – Was ist wirklich Aufgabe eines Vertriebsmitarbeiters?
- Das Projektbüro im Vertrieb

### Qualifizierung und Personalentwicklung im Vertrieb

- Welche Qualifikation sollten Vertriebsmitarbeiter haben?
- Wie bringe ich meine Vertriebsmitarbeiter in Bewegung?
- Wie entwickle ich meine Vertriebsmitarbeiter kontinuierlich weiter?

### Managementaufgabe Vertriebseffizienz

Best Practise

- Der vertriebliche Werteraum
- Kosten kennen (lernen) und beherrschen
- Kostentreiber, Kostenschwellen, Kostenführer
- Funktions-Marktpreis und Remanenzkosten
- Prozesse und Systeme straffen und teilen
- Zu effizient kann teuer sein
- Sparen an der Kundenorientierung?
- Benchmarking: Kopieren ist clever
- Best Practise: Motivation ist günstiger

Thomas Allner  
Senior Consultant,  
BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, München

### Das sagen begeisterte Teilnehmer

- „Kompetente Referenten, die wissen wovon sie sprechen.“
- „Gute Mischung aus Theorie und Praxis.“

*„Der erfreuliche stabile Aufschwung in Deutschland verdeckt gnädig so manches Problem im Vertrieb. An der Verkaufsfrent läuft es schließlich rund. [...] Dabei wird eine professionelle Steuerung von Vertriebsprozessen für die deutsche Wirtschaft angesichts erhöhten Wettbewerbsdruck wichtiger denn je.“* (Quelle: Akquisa 08/2007)

Der Wirtschaftsmotor brummt und lässt Geschäftsführer und Verkäufer gleichermaßen aufatmen. Die hochgesteckten Ziele im Vertrieb scheinen erreichbar und die Provisionen gesichert. Der Arbeitsmarkt für Vertriebsmitarbeiter war selten so üppig wie heute. Doch Vorsicht: Wo Licht ist, ist auch Schatten! **Die momentane positive Auftragslage täuscht über viele ineffiziente und verschwenderische Prozesse im Vertrieb hinweg.** Und durch die Einstellung neuer Vertriebsmitarbeiter auf Basis der bestehenden Strukturen werden diese Probleme noch verstärkt.

### Kommen Sie Ihrer Verantwortung nach!

Daher ist es für Sie als Vertriebsmanager wichtig jetzt zu handeln! Es ist unerlässlich, dass Sie Ihren Vertrieb nach ineffizienten und nicht gewinnbringenden Strukturen hin untersuchen. Nur durch die Identifizierung dieser „Waste“-Aktivitäten sind Sie in der Lage, Fehler im Vertrieb zu erkennen und Maßnahmen zu deren Beseitigung anzuwenden.

**Gehen Sie vor wie einst die Wikinger: In guten Zeiten das Feld bestellen, um in schlechten Zeiten auf „Raubzug“ gehen zu können.** So bleibt Ihr Unternehmen auch in schwächeren Zeiten konkurrenzfähig!

### Ihre Key Learnings

- Lernen Sie, wie Sie Ihre **Prozesse im Vertrieb auf den Prüfstand stellen** und Schwachstellen erkennen.
- Erwerben Sie Wissen über die **Identifizierung von nicht-wertschaffenden Aktivitäten** und wie Sie diese möglichst gering halten.
- Erlernen Sie, wie Sie Ansätze des **„Six Sigma“** und **„Lean Managements“** auf Ihren Vertrieb übertragen und Vorteile daraus generieren.

### Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.



*J. Becker*

**Jennifer Becker**

Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96/47 22-653

E-Mail: becker@managementcircle.de

### Thomas Allner

Dipl. Kaufmann, ist seit 2002 Projektleiter für ergebnisorientierte Vertriebssteuerung und Manager International Sales bei der **BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH** in München. Hier ist er seit 1992 tätig u.a. als Consultant International, als Projektleiter International Sales Information System ISIS, Europäisches Preismonitoring, für BWL- und SAP®-Integration, SAP®/R3-Implementation in Deutschland, Key Account Manager Siemens Einbaugeräte, Leiter Innenverkauf Zentralkunden Deutschland, in den Bereichen Internationaler Vertrieb, Vertriebssteuerung, Vertriebscontrolling und in der Betreuung diverser Konzernprojekte.

### Prof. Dr. rer. oec. Lutz Becker

lehrt Unternehmensführung und Internationales Management an der **Merkur Internationale Fachhochschule Karlsruhe**. Darüber hinaus ist er Gründer der Unternehmensberatung Inscala ([www.inscala.com](http://www.inscala.com)). Seit 1991 berät Prof. Dr. rer. oec. Lutz Becker das Management namhafter Unternehmen, vor allem im Medien- und Technologieumfeld, sowie Beteiligungsgesellschaften mit den Schwerpunkten Unternehmensführung und Business Development. Er war unter anderem Mitgründer bzw. Beirat in verschiedenen Unternehmen und ist heute Beirat des Bergischen Institut für Produktentwicklung und Innovationsmanagement GmbH. Prof. Dr. rer. oec. Lutz Becker hat sich als Autor zahlreicher Buch- und Zeitschriftenveröffentlichungen zu Führungs- und Technologiethematen einen Namen gemacht.

### Wolfgang Heykena

ist seit 2001 als Führungskraft bei der **ING-DiBa AG** beschäftigt. Erfolgreich baute er das telefonische Interessentengeschäft der Bank auf. Er leitet das Aktionsmanagement für Interessenten und Kunden. Wolfgang Heykena verantwortete in den letzten Jahren mehrere Projekte zu Vertriebsstrategien und Qualifizierungsmaßnahmen, zur Einführung mehrerer Vertriebstools und implementierte erfolgreich ein System zum Vertriebscontrolling.

### Stefan Pieper

ist seit 2002 als Führungskraft bei der **ING-DiBa AG** beschäftigt. Sein Schwerpunkt ist die Gestaltung und Optimierung von Verkaufsansätzen in Telefonaten mit Interessenten und Kunden, neben der Führung eines Teams, mit Fokussierung auf den Direktvertrieb von Bankdienstleistungen.

## AUCH ALS INHOUSE TRAINING

### So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Zeitverlust – passgenau für Ihren Bedarf!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



**Christian Menzel**

Tel.: 0 61 96/47 22-644

E-Mail: [menzel@managementcircle.de](mailto:menzel@managementcircle.de)

## Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

- Sie lernen, wie Sie eine **Angebots-Factory aufbauen** und wie ein kundenorientiertes Angebot aussehen sollte.
- Sie erfahren, wie die IT Ihren Vertrieb professionell unterstützen kann und wie Sie **ein CRM-System wirkungsvoll nutzen**.

## Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Dieses Seminar richtet sich branchenübergreifend an **Vertriebs-, Verkaufs- und Gebietsverkaufsleiter, Verkaufsführungskräfte** und an andere **Führungskräfte** aus den Bereichen **Vertriebssteuerung, Verkaufsförderung und Sales Management**. Aufgrund des strategischen Charakters des Seminars sind **Mitglieder der Geschäftsführung** und des **Vorstandes** ebenfalls angesprochen. Des Weiteren wenden wir uns an **Beratungsunternehmen** im Segment **Vertriebs-/Marketingberatung**, die sich mit dieser Thematik befassen.

## Termine und Veranstaltungsorte

### 25. und 26. August 2008 in München

NH München-Dornach, Einsteinring 20, 85609 Aschheim-Dornach  
Tel.: 089/94 00 96-0, Fax: 089/94 00 96-100  
E-Mail: [reservations.muenchen.de@nh-hotels.com](mailto:reservations.muenchen.de@nh-hotels.com)

### 22. und 23. September 2008 in Frankfurt am Main

Holiday Inn Hotel Frankfurt Airport-North  
Isenburger Schneise 40, 60528 Frankfurt  
Tel.: 069/67 84-0, Fax: 069/67 84-190  
E-Mail: [reservation.hi-frankfurt-airportnorth@queensgruppe.de](mailto:reservation.hi-frankfurt-airportnorth@queensgruppe.de)  
**Airport-Shuttle auf Anfrage**

### 23. und 24. Oktober 2008 in Hamburg

Lindner Hotel Am Michel, Neanderstraße 20, 20459 Hamburg  
Tel.: 040/30 70 67-0, Fax: 040/30 70 67-777  
E-Mail: [info.hamburg@lindner.de](mailto:info.hamburg@lindner.de)

### Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein bezogenes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.



Mit der Deutschen Bahn **ab € 69,-** zur Veranstaltung.  
Infos unter:

[www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn)



## Über Management Circle

**Management Circle** steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen.

Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum.

Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter:

[www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)

## So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.795,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. 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.

## Effizienz im Vertrieb

Ich/Wir nehme(n) teil am: 4501

- 25. und 26. August 2008 in München** 08-58760
- 22. und 23. September 2008 in Frankfurt am Main** 09-58761
- 23. und 24. Oktober 2008 in Hamburg** 10-58762

1	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
2	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
3	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
	FIRMENNAME
	STRASSE/POSTFACH
	PLZ/ORT
	TELEFON/FAX

MITARBEITER:  BIS 100  100-200  200-500  500-1000  ÜBER 1000

### Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL  
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM \_\_\_\_\_ UNTERSCHRIFT \_\_\_\_\_

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT: \_\_\_\_\_

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: \_\_\_\_\_ ABTEILUNG \_\_\_\_\_

RECHNUNG BITTE AN: \_\_\_\_\_ ABTEILUNG \_\_\_\_\_

**Datenschutz-Hinweis:** Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

## Anmeldung/Kundenservice



Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**  
Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**  
E-Mail: **[anmeldung@managementcircle.de](mailto:anmeldung@managementcircle.de)**  
Internet: **[www.managementcircle.de/08-58760](http://www.managementcircle.de/08-58760)**  
Postanschrift: **Management Circle AG**  
**Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**  
**Telefonzentrale: +49 (0) 61 96/47 22-0**