

TAE

technische
akademie
esslingen
weiterbildung
mit zertifikat

betriebswirtschaft und arbeitskompetenz

Fachreferent/-in für Verkauf und Vertriebsmanagement (TAE)

Berufsbegleitender Zertifikatslehrgang

5 Präsenzphasen > 11 Seminartage
(freitags/samstags)

Seminar

in Ostfildern-Nellingen
An der Akademie 5

25. Februar bis 4. Juni 2005
Veranstaltung Nr. 31042/28.990

Der Vertrieb umfasst alle akquisitorischen und logistischen Funktionen, Strukturen, Abläufe und Methoden der Absatzwirtschaft. An dieser verantwortlichen Stelle zur Umsatzgenerierung und -sicherung muss der Verkäufer immer wieder Kompromisse zwischen Kunden- und Kostenorientierung finden und ausloten, die Umsatzentwicklung seiner Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsfelder bestimmt die Marktposition und das Betriebsergebnis des Unternehmens.

Oft beginnt der Karriereeinstieg aus verschiedenen beruflichen Disziplinen und Qualifikationsstufen im operativen Markt- und Kundenbereich der Vertriebsabteilungen: Vertriebsstrategien und Maßnahmen zur Umsetzung entwickeln, Kundenkontakte aufbauen und pflegen, zukunftsfähige Entwicklungen erkennen, definieren und rückmelden, über Absatzwege entscheiden und das Spektrum der verkaufsfördernden Maßnahmen gezielt einsetzen. Auch bei der Auftragsabwicklung, dem Service und der Nachbetreuung sind die Kunden kritischer und anspruchsvoller geworden.

Die Vertriebsmitarbeiter müssen dabei ihre fachliche Kompetenz um viele Zusatzqualifikation erweitern, die den Vertriebsalltag und den Erfolg bestimmen:

- > theoretische Modelle und Grundformen der Verkaufsorganisation auf Industrie- und Konsumgütermärkten kennen,
- > logistischen Möglichkeiten des Unternehmens und Schnittstellen zu den Fachbereichen bei der Informationsbeschaffung und der Auftragsabwicklung nutzen,
- > rechtlichen Voraussetzungen aus dem Vertragsrecht beachten,
- > betriebswirtschaftliche Kompetenz und fachliche Argumentationsspielräume in Preisgesprächen beherrschen,
- > verbale / nonverbale Kommunikationsfähigkeit im Kundengespräch gezielt einsetzen,

- > durch Situationsanalysen und Verkaufspsychologie eigenes Selbstbewusstsein und Verhandlungssicherheit in der Kundenbeziehung ausstrahlen,
- > Kennzahlen und Ergebnisse zum Geschäftsverlauf für die Unternehmenssteuerung nachvollziehbar dokumentieren.

Ziel des Seminars

Für diese operativen Verkaufsvorgänge bereiten fachliche Qualifikationen kaum umfassend bzw. unzureichend vor. Der berufsbegleitende Zertifikatslehrgang „Fachreferent/-in für Verkauf und Vertriebsmanagement (TAE)“ vermittelt einen kompakten Überblick von der Theorie zur Praxis. Er fördert das vorhandene Mitarbeiterpotenzial und unterstützt die Entwicklung eines Tätigkeitsprofils für den professionellen Verkauf: methodische Grundlagen und vorhandene Kenntnisse werden ergänzt, strukturieren, aktualisiert und trainingsintensiv optimiert.

Zeitlich überschaubar und handlungsbezogen baut das Unterrichtskonzept auf die Eigeninitiative und den Erfahrungsaustausch der Teilnehmerinnen und Teilnehmer:

- > Mit übersichtlicher Basisliteratur bereiten Sie sich auf die 5 Präsenzphasen vor.
- > Fallbeispiele, Gruppenarbeiten und Diskussionen schaffen dann die Grundlage für eine praktische Umsetzung im Unternehmen.
- > Erfahrene Gastreferenten bieten in Praxisvorträgen Einblicke in verschiedene Organisationen und einen zusätzlichen Erfahrungsaustausch.
- > Auf der Grundlage einer Kurzpräsentation bzw. Simulation bestätigt das Zertifikat „Fachreferent/-in für Verkauf und Vertriebsmanagement (TAE)“ die erworbene Zusatzqualifikation.

Lehrgangsleitung

Dietmar Prasse

Prasse Training & Partner, Leonberg
Langjährige Praxiserfahrung als Verkaufs- und Messeleiter in den Bereichen Handel, Dienstleistung und Industrie, als Verkaufstrainer seit 1985 mehrfach ausgezeichnet (z.B. „2. Deutscher Trainingspreis“, „Bestes Trainingskonzept im Handel“ und „Deutscher Verkaufsförderungspreis TOP TEN“)

Björn Schuppar

Projektleiter und Consultant bei Prof. Homburg & Partner in Mannheim, Arbeitsschwerpunkte: Preis- und Händlermanagement, Vertriebsstrategie und -organisation. Praxiserfahrung bei Lufthansa Systems und Lufthansa LSG Asia sowie aus Beratungsprojekten in international tätigen Unternehmen.

Andreas Beck

Geschäftsfeldleiter der Technischen Akademie Esslingen, Ostfildern

Zielgruppen

- > Vertriebsleiter und Verkäufer im Innen- und Außendienst
- > Key-Account- und Produktmanager
- > Vertriebsmitarbeiter und -assistenten aus Innendienst / Auftragssachbearbeitung / Kundendienst
- > Leiter und Nachwuchskräfte aus Vertrieb, Marketing, Controlling und Technik
- > Ingenieure und Techniker mit Verkaufsaufgaben bzw. vertriebsunterstützenden Kundenkontakten

Die Teilnehmerzahl ist auf 20 Personen begrenzt.

Fachkursförderung

Für den Lehrgang wird eine Fachkursförderung für kleinen und mittlere Unternehmen aus Baden-Württemberg beantragt (30% der Lehrgangsgebühr).

Präsenzphase 1

Freitag, 25. Februar 2005

9.00 bis 18.00 Uhr

Samstag, 26. Februar 2005

9.00 bis 15.00 Uhr

Lernziele

- > Den Teilnehmern wird die Bedeutung einer strategischen Vertriebssteuerung bewusst
- > Sie werden für das Zusammenspiel der internen Vertriebsorganisation sensibilisiert

Themen

Grundlagen der Vertriebskonzeption und -steuerung

- > systematisches Vertriebsmanagement
- > Vertriebsstrategie:
Die grundlegende Weichenstellung
- > Kundenorientiertes Informationsmanagement:
Den Kunden richtig unter die Lupe nehmen
- > Effektives Vertriebswege- und Vertriebspartnermanagement: Den Weg zum Kunden gestalten
- > Professionelles Preismanagement:
Hoher Nutzen zu fairen Preisen
- > Vertriebskultur, Verkäuferprofile und -entwicklungsmöglichkeiten: Verkaufen will gelernt sein!

Die Vertriebsorganisation:

Schnittstellenkoordination und -logistik

- > Marketing und Vertrieb: Zusatznutzen (Added Values) zur Produktpositionierung am Markt
Marktforschung > Unternehmenskommunikation
Verkaufsförderung > Produktmanagement
- > Prozessorganisation: Innendienst > Außendienst /
Technischer Support > Backoffice Support
- > Supply Chain Management:
Integration von Wertschöpfungsketten durch SCM

Praxisvortrag

Händlermanagement aus Vertriebsicht am Beispiel Danfoss

Referenten

Björn Schuppar

Prof. Homburg & Partner, Projektleiter & Consultant, Mannheim, Lehrgangslitung

Liane Weinfurter

the profit maker + troubleshooter, Stuttgart

Gastreferent

Stefan Graichen

Danfoss Industrieautomatik GmbH, Vertriebs- und Marketingleiter, Korntal-Münchingen

Präsenzphase 2

Freitag, 11. März 2005

9.00 bis 18.00 Uhr

Samstag, 12. März 2005

9.00 bis 15.00 Uhr

Lernziele

- > Überblick zum Vertriebscontrolling
- > Die Bedeutung von Kennzahlensystemen und Berichtswesen verstehen
- > Ansatzpunkte im eigenen Unternehmen erkennen
- > Kenntnisse der wesentlichen Elemente des Vertragsrechts und der Rechtsfolgen bei Leistungsstörungen werden erworben

Themen

Vertriebscontrolling

- > Aufgaben und Funktionen des Vertriebscontrollings
- > Planung und Berichtswesen im Vertrieb
- > Rentable Kunden identifizieren
- > ... weitere aktuelle Themen im Vertriebscontrolling
- > Kennzahlen im Vertriebscontrolling

Der rechtliche Rahmen

- > Kauf- und Werkvertrag
- > Allgemeine Geschäftsbedingungen
- > Gesetzliche Pflichten für Verkäufer und Käufer
- > Definition „Sachmangel“
- > Mängelansprüche des Käufers
- > § 377 HGB und Qualitätssicherungsvereinbarungen
- > Der Verbrauchsgüterkauf
- > Herstellergarantie und Garantieverprechen des Verkäufers

Praxisvortrag

Absatzplanung mit Prognosen und Execution Management in der Lebensmittelindustrie

Referenten

Babette Drewniok

Betriebswirtschaftliche Beraterin, Kreuznau
Mehrere Jahre im Vertriebscontrolling der
Fresenius AG, Bad Homburg

Franz-Otto Kierig

Rechtsanwalt, Heidelberg

Gastreferent

N. N.

Präsenzphase 3

Freitag, 8. April 2005

9.00 bis 18.00 Uhr

Samstag, 9. April 2005

9.00 bis 15.00 Uhr

Lernziele

- > Bedeutung, Aufbau und Pflege nachhaltiger Kundenbeziehungen werden vermittelt
- > Erweiterung von betriebswirtschaftlichen Kenntnissen zu Kalkulation und Preispolitik im Verkaufsprozess

Themen

Customer Relationship Management CRM

- > Ziele, Aufgaben und Instrumente im CRM
- > Kundenorientierung als Unternehmensphilosophie
- > Kundenservice / Kundenorientierung in der Praxis
- > Kundenzufriedenheit
- > Unternehmensinterne Qualität sichern
- > Aktive Kundenbeziehungen mit CRM

Die tägliche Praxis: Kalkulation, Angebotserstellung und Auftragsabwicklung

- > Betriebliches Rechnungswesen als Ausgangspunkt
- > Ermittlung der Kosten, Planung des Gewinns
- > Stunden und/oder Zuschlagssätze ableiten
- > Die Vor-/Angebotskalkulation zu Voll- und Grenzkosten zur Ermittlung von Preisober- bzw. -untergrenze
- > Preispolitik und Entscheidungskriterien für die Preisgestaltung
- > Deckungsbeitragsrechnung und Preispolitik
- > Welche Auswirkungen hat ein bestimmter Preis für den Auftrag bzw. auf das Ergebnis?
- > Überwachung der erzielten Preise bezüglich der gesetzten Ziele
- > Das Konzept der Kundenorientierung
- > Einrichten von Auftrags- und Logistikzentren
- > Teambildung in der Auftragsabwicklung (Wer macht was?) und Qualifizierung / Teamziele

Praxisvortrag

**CRM – Customer Relationship Management
Vertriebsmarketing – Kundenorientierung durch
Einführung von Prozessmanagement in der
Konsumgüterindustrie**

Referenten

Wolfgang K. Buhl

Training / Coaching / Consulting, Böblingen

Rainer Weber

Unternehmensberatung, Pforzheim

Gastreferent

Dipl.-Betriebsw. (FH) Thomas Wiedmann

MTSC Wiedmann, Projektleiter und Consultant,
Schwäbisch Gmünd

Präsenzphase 4

Donnerstag, 21. April 2005 > 10.00 bis 18.00 Uhr

Freitag, 22. April 2005 > 9.00 bis 18.00 Uhr

Samstag, 23. April 2005 > 9.00 bis 15.00 Uhr

Lernziel

- > Praktisches Verkaufstraining für die erfolgreiche Durchführung von Verhandlungsgesprächen

Themen

Verkaufsgespräche erfolgreich führen: Verkaufpsychologie und -techniken

- > Informationsbeschaffung, Zielsetzung, Strategieentwicklung und Selbstdarstellung
- > Grundlagen der Verhandlungsführung
- > Die Phasen im Verkaufsgespräch
- > Kundentypen, -profile und -motive:
Emotionale Intelligenz im Verkauf
Die Persönlichkeit des Gesprächspartners
Leistungs- und Beziehungswünsche erkennen
Flexibilität und Beziehungskompetenz aufbauen
Gemeinsamkeiten als Beschleuniger einsetzen
- > Argumentations- und Verhandlungstechniken:
Analyse der Gesprächspartner
Aktiv zuhören / Fragetechniken
Regeln für erfolgreiche Kommunikation
Abschlusstechniken
- > Sicherheit im Preisgespräch
- > Sicherung von Gesprächsergebnissen
- > Vom Verkäufer zum Berater:
Problemlösungen ersetzen Produkte
- > Kundenpflege und Reklamationsbehandlung:
After-Sales-Betreuung
- > Praktische Anwendung mit Video-Feedback

Überzeugendes Auftreten durch Wissen ihrer körpersprachlichen Ausdruckswirkung im Kundenkontakt

- > Integrierende Distanz regeln
- > Stärke / Schwäche-Profil Ihres Körpersprachbildes

Praxisvortrag

MAPO – Einführung einer marktorientierten Produktionsorganisation bei Faulhaber

Referenten

Dietmar Prasse

Prasse Training & Partner, Lehrgangsführung, Leonberg

Brigitte Heizmann

Freiberufliche Trainerin, Horb

Gastreferent

Hubert Renner

Dr. Faulhaber GmbH & Co. KG, Produktionsleiter,
Schönaich

Präsenzphase 5

Freitag, 3. Juni 2005

9.00 bis 18.00 Uhr

Samstag, 4. Juni 2005

9.00 bis 13.00 Uhr

Lernziele

- > Chancen und Risiken beim E-Commerce erkennen und meistern
- > Erfolgsfaktoren im Online-Vertrieb erarbeiten

Themen

Vertriebsinstrument Internet

- > Wachstumsfaktor Technologie:
Was bringt E-Commerce wirklich und wie geht es weiter mit dem Internet?
- > Die neue Macht des Kunden im Online-Zeitalter:
 - > Die totale Transparenz des Marktes
 - > eBay & Co.: variable Preisfindung setzt sich durch
 - > Service und Kundendienst im Internet-Zeitalter
 - > Personalisierung: Neue Wege zur Kundenbindung
- > Internet als Basis einer Mehrkanal-Strategie
- > „e-Integration“: Neue und bestehende Geschäftsprozesse verbinden und optimieren
- > Zahlungssysteme und Sicherheitsaspekte
- > Online-Marktplätze in meiner Region / Branche
- > Workshop: Sinnvolle Strategien im eigenen Unternehmen

Abschlusspräsentation

Simulation und kollegiales Fachgespräch

Praxisvortrag

**Maßnahmen zur Kundenbindung:
Beispiele aus dem Bereich der Präzisionswerkzeuge**

Referenten

Prof. Paul G. Maciejewski

Fachhochschule Pforzheim

Björn Schuppar

Prof. Homburg & Partner, Lehrgangsführung,
Mannheim

Dietmar Prasse

Prasse Training & Partner, Lehrgangsführung,
Leonberg

Gastreferent

Michael Knoll

RUKO Präzisionswerkzeuge GmbH, Verkaufsleiter
Deutschland, Holzgerlingen

Sie melden sich an

Bitte nennen Sie	Veranstaltung Nr. 31042/28.990 Veranstaltungstitel Vor- und Nachname, Anschrift, Tel., Fax, E-Mail
per Post	Technische Akademie Esslingen An der Akademie 5, 73760 Ostfildern
per Telefon	Marianne Merten, Ursula Prezewowsky, Patricia Zink Anmeldung +49 711 34008-23, -24, -25, -40 +49 711 34008-27, -43
per Telefax	anmeldung@tae.de
per E-Mail	www.tae.de
per Internet	Wir reservieren auch Ihr Hotelzimmer.

Wir berechnen

	EUR 2.350,- MwSt.-frei
	EUR 1.650,- MwSt.-frei (mit Fachkursförderung)
	Im Preis sind Arbeitsunterlagen sowie Mittagessen enthalten.

Fachkursförderung

	Für den Lehrgang wird beim Landesgewerbeamt eine Fachkursförderung für kleine und mittlere Unternehmen aus Baden-Württemberg beantragt (30 % der Lehrgangsgebühren)
--	---

Wir beantworten Ihre Fragen

fachlich	Andreas Beck Telefon +49 711 34008-47 E-Mail andreas.beck@tae.de
----------	--

Sie finden unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen

	im Internet, Gesamtprogramm und in der Anmeldebestätigung.
--	--

Wir bieten Qualität

	Das Qualitätsmanagementsystem der Technischen Akademie Esslingen ist nach DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert.
--	--



Wir bieten mehr

	Fordern Sie das Gesamtprogramm unserer acht Geschäftsfelder an oder besuchen Sie uns im Internet.
--	---

maschinenbau, fahrzeugtechnik und tribologie

fertigungs- und produktionstechnik

elektrotechnik und elektronik

informationstechnologie

medizintechnik

bauwesen

betriebswirtschaft und arbeitskompetenz

management und führung

www.tae.de