

ERFOLGREICHES VERTRIEBS- & KEY ACCOUNT-MANAGEMENT

KONZEPT

Was in Strategien und Marketingkonzepten geplant wird, muss im Vertrieb und Verkauf umgesetzt werden. Hier kommt der Moment der Wahrheit: Die Umsetzung der Planung in die Realität am ‚Point of Sales‘. Modernes Vertriebs- und Verkaufsmanagement ist somit die Verknüpfung der Leistungsfähigkeit des eigenen Unternehmens mit der Welt des Kunden.

Erfolgreiches Vertriebs- und Account-Management orientiert sich an der Logik der Märkte, den Spielregeln der Branche und den Bedürfnissen der Kunden: „Wer ist der Kunde“? Denn Direktverkauf an einen Kunden ist komplett anders als Systemverkauf an ein Kundensystem, in welchem es mehrere Entscheider und Beeinflusser hat. Für Schlüsselkunden braucht es ohnehin ein Key Account-Management – das beste aller Wettbewerber.

NUTZEN

Ziel dieses Programms ist es, die Erfolgsfaktoren eines gekonnten Vertriebs- und Key Account-Managements in spezifischen Markt- und Kundenverhältnissen aufzuzeigen.

Sie erhalten Antworten und wertvolle Impulse zu den wesentlichen Fragen und Optimierungsmöglichkeiten des eigenen Vertriebs- und Account-Managements.

TEILNEHMER/INNEN

- Führungskräfte aus Vertrieb, Verkauf, Marketing, Produktmanagement, Servicemanagement und anderen kundennahen Bereichen
- Key Account Manager und Kundenverantwortliche
- Führungskräfte mit Umsatzverantwortung, die ihre Vertriebs- und Verkaufsstrategien überprüfen möchten
- Geschäftsführer und Business Unit Verantwortliche, die neue Ansätze zur Verstärkung ihrer Vertriebs- und Verkaufskonzepte suchen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Analyse des Vertriebs- und Key Account-Managements

- Die strategische Positionierung im heutigen Wettbewerbsumfeld
- Charakteristika der Märkte, Entscheider- und Kundenstrukturen
- Heutige und zukünftige Geschäftsmodelle für das erfolgreiche Verkaufs- und Vertriebsmanagement

Die Vorgaben aus Strategie und Marketing

- Konsequenzen der Unternehmenspolitik, Corporate Strategy, Business Unit-Strategie und anderer Leitplanken für den eigenen Verantwortungsbereich
- Wie neue Strategien und Leitplanken in der Verkaufs- und Vertriebsstrategie umgesetzt werden

Die eigene Vertriebs- und Verkaufsstrategie erarbeiten

- Kunden-, Regionen-, Länder- und Vertriebskanal-Portfolios zur Weichenstellung und klaren Ressourcensteuerung
- Objektiven und emotionalen Kundennutzen bestimmen
- Differenzierungsstrategien zum Wettbewerb
- Das Geschäftsmodell des Verkaufs- und Vertriebsmanagements eingrenzen
- Schlüsselkunden nachhaltig betreuen

Begehrlichkeiten schaffen

- Vom Kundenbedürfnis zur Begehrlichkeit
- Die Intensität des Kundenbedürfnisses als Basis für Verkaufserfolg
- Begehrlichkeit aktiv steuern

Direktverkauf

- Das Geschäft ‚Unternehmung zu Kunde‘ verstehen und beherrschen
- Methoden des Direktverkaufs

Verkauf über Absatz- oder Handelspartner

- Push-Pull-Konzepte und ihre Wirkung in der Praxis
- Handelsmarketing
- Partnerkonzepte: Best Practices

Dienstleistungs-Verkauf

- Abstrakte, nicht ‚be-greifbare‘ Leistungen verkaufen
- Wo Produkte nicht vor dem Kauf betrachtet werden können, entscheidet die Erwartungshaltung über den Kauf: Management der Erwartungshaltungen im Service- und Dienstleistungsverkauf
- Die Kunst, gehobene Dienstleistungen zu verkaufen: Kundenprobleme erkennen, Lösungsansätze überzeugend anbieten, dank Vertrauen Auftrag holen

Verkauf über Ausschreibungen

- Öffentliche Ausschreibungen gewinnen
- Handlungsspielräume bei Verkauf über Ausschreibungsplattformen

Key Account Management

- Die Segmentierung der Kunden und Nicht-Kunden
- Elemente eines Key Account Konzepts
- Key Account in der Praxis: Best Practices und Erfahrungen im Umgang mit Gross- und Schlüsselkunden

Systemverkauf

- Verkauf von Lösungen anstatt Verkauf von Produkten und Dienstleistungen
- Die Methodik zur Gestaltung eines erfolgreichen Systemverkaufs
- System Selling, Full Service Providing, Facility Management, Systemintegration, Cloud Computing, Solutions: Wie Lösungsstrategien in der Praxis funktionieren

Life-Cycle-Verkauf

- Was tun, wenn die Kundenrentabilität sich erst nach längeren Anfangsverlusten einstellt?
- Die Wertschöpfung und Kundenrentabilität entlang der Lebenszykluskurve der Kundenbeziehung steuern

Märkte schaffen

- Märkte schaffen als Alternative zum Kampf um Marktanteile
- Wenn der Kunde nicht weiss, was er demnächst an Nutzen erhalten wird
- Neue Märkte entwickeln – wie vorgehen?

Die Preisstrategie und Preisdurchsetzung im Vertrieb

- Vorgaben zur Preisstrategie aus Unternehmens- und Teilstrategien
- Die eigene Preis- und Konditionenpolitik bestimmen
- Die wichtigsten Entscheidungen treffen
- Das Preis- und Konditionenkonzept zu einem Wettbewerbsvorteil entwickeln
- Die Durchsetzung im Vertrieb

Führung von Vertriebs- und Verkaufsteams

- Nirgends ist der Abstand zwischen Erfolg und Misserfolg so klein wie im Vertrieb
- Konsequenzen für die Führung von Verkaufsteams und Vertriebsstrukturen
- Beispiele gelungener Führungskampagnen in der Praxis

DURCHFÜHRUNGEN

Seminarsprache Deutsch

Nr.	Ort	Datum
ZS 9910	Teil 1: Flims	27. – 30. Januar 2020
	Teil 2: Appenzell	22. – 25. Juni 2020
ZS 9920	Teil 1: Stuttgart	05. – 08. Mai 2020
	Teil 2: Appenzell	22. – 25. Juni 2020
ZS 9930	Teil 1: Brunnen	14. – 17. September 2020
	Teil 2: Appenzell	30. Nov. – 03. Dez. 2020
ZS 9940	Teil 1: Köln	24. – 27. November 2020
	Teil 2: Appenzell	30. Nov. – 03. Dez. 2020

Seminargebühr: CHF 7.600.- / Euro 6.900.-* zzgl. Mwst.

Dauer: 4 + 4 Tage

Anmeldung: www.zsom.ch/zs99 oder Anmeldekarte Seite 67

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

ADMINISTRATION, ANREISE, UNTERKUNFT

BERATUNG

Gerne stehen wir Ihnen für eine telefonische Beratung zur Verfügung. Unser Weiterbildungs-Angebot besteht aus Modulen, die optimal aufeinander abgestimmt sind. Daraus entstehen attraktive, praxisnahe Programme, es können aber auch individuelle, mehrjährige Lernpläne für gezielten Fähigkeitsaufbau daraus entwickelt werden. Für alle administrativen oder inhaltlichen Fragen wenden Sie sich bitte an:

Zürich School of Management

Untere Dorfstrasse 2
CH – 8700 Küsnacht / Zürich
Telefon: +41 44 913 15 88
Telefax: +41 44 913 15 81
E-Mail: info@zsom.ch
www.zsom.ch

ANMELDUNG, ANMELDEBESTÄTIGUNG

Ihre Anmeldung nehmen wir per Post, Fax oder Internet entgegen. Anmeldekarten finden Sie auf der gegenüberliegenden Seite. Die Anmeldung per Internet erfolgt über die im Seminarprospekt (unterhalb der Seminararten) genannte www-Adresse mit Direktaufruf des gewünschten Programms. Die Zürich School of Management ZSoM ist Teil der IMCE Group AG mit Sitz in Küsnacht/Zürich, die Ihre Anmeldung gerne per Mail bestätigen wird. Sie erhalten folgende Unterlagen:

- Die Anmeldebestätigung (sofern noch Plätze frei sind)
- Angaben zu Daten, Ort, Anreise
- Unterkunft
- Die Rechnung für die Seminargebühr

Sind keine freien Plätze verfügbar, werden Sie unverzüglich darüber informiert.

SEMINARGEBÜHR, HOTEL, TAGESPAUSCHALE

Die in Rechnung gestellte Gebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar oder das Zertifikatsprogramm, nicht hingegen die anfallenden Kosten für Unterkunft, Verpflegung, Tagespauschale (conference package). Die Mehrwertsteuer wird zusätzlich verrechnet und gesondert ausgewiesen. Die Rechnungsstellung ist in Euro möglich. Informationen zur Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung. Jede(r) Teilnehmer(in) bezahlt, unabhängig von der Seminargebühr und von seiner Hotelreservation, eine Tagespauschale für das «Conference Package». Unsere Veranstaltungen finden in geeigneten Seminarhotels oder in unserem Executive Campus in Küsnacht / Zürich statt. Zusätzlich ausserhalb der Tagespauschale beanspruchte Hotelleistungen müssen direkt an das Hotel bezahlt werden. Die heute international üblichen Tagespauschalen liegen meist bei CHF 80,- bis CHF 110,- pro Tag.

UMBUCHUNG, VERSCHIEBUNG, ÄNDERUNG

Umbuchungen von einer Veranstaltung auf eine andere oder von einer Durchführung auf die nächste sind bis 6 Wochen vor Seminar-

beginn gegen eine Gebühr von CHF 350,- / Euro 300,- möglich. Bis 2 Wochen vor Seminarbeginn kann gegen Bezahlung dieser Umbuchungsgebühr ein Ersatzteilnehmer benannt werden, welcher der Teilnehmerbeschreibung entspricht. Nicht besuchte Seminare oder Seminarteile entfallen entschädigungslos. Eine Seminaredurchführung kann mangels Teilnehmern oder aufgrund von höherer Gewalt von uns annulliert werden, ohne dass ein Schaden geltend gemacht werden kann.

KOOPERATION MIT RENOMMIERTEN PARTNERN

Zürich School of Management kooperiert bei einzelnen Veranstaltungen mit renommierten Business Schools und führenden Anbietern aus dem Bereich Executive Education.

Eine intensive Kooperation besteht mit den Institutionen St.Gallen Business School und Boston Business School. Die Teilnehmenden profitieren dabei von unterschiedlichen Management Ansätzen und einer erweiterten Netzwerkbildung. Die Durchführungsverantwortung liegt dabei immer bei einem dieser Partner-Organisationen.

Die Erfassung und Auswertung der Teilnehmerzufriedenheit erfolgt jeweils durch den Veranstalter des Seminars, mit dem Ziel, die Qualität für alle Teilnehmenden kontinuierlich zu optimieren.

MODULARTIGER AUFBAU

Seit ‚Bologna‘ sind universitäre und Weiterbildungs-Programme modular aufgebaut. So sind auch unsere Seminare Module, die mit anderen Modulen zu individuellen Programmen kombiniert werden können. Dies erlaubt eine mehrjährige Planung einer Management Weiterbildung und eine flexible Aufbau-logik des eigenen Programms.

STORNIERUNG DER ANMELDUNG

Eine Stornierung der Anmeldung ist bis 3 Monate vor Seminarbeginn für Sie kostenlos möglich, was die Seminargebühr betrifft. Bezüglich Stornokosten des Hotels gelten die Bestimmungen des Hotels resp. Ihrer Hotelbuchung. Wer die Seminarteilnahme 3 Monate bis 6 Wochen vor Seminarbeginn storniert, bezahlt 40% der Seminargebühr als Stornogebühr. Wer 6 Wochen oder weniger vor Seminarbeginn storniert, bezahlt die volle Seminargebühr, hat allerdings die Möglichkeit, bis 10 Arbeitstage vor Seminarbeginn eine(n) Ersatzteilnehmer(in) zu entsenden.

VERSICHERUNG, HAFTUNGS-AUSSCHLUSS, ALLGEMEINE GESCHÄFTS-BEDINGUNGEN

Schäden aus Unfall, Krankheit, Haftpflicht, Diebstahl, Annullation des Seminars oder Schäden aus der Anwendung des vermittelten Management-Wissens sind ausschliesslich durch die/den Teilnehmer(in) resp. die uns beauftragende Organisation / Unternehmung selbst zu versichern und abzudecken. Jegliche Haftung unsererseits, die über den Betrag der bezahlten Seminargebühr hinausgeht, wird wegbedungen. Es gilt Schweizer Recht. Gerichtsstand ist Zürich. Alle früheren Angaben zu Inhalt, Termin und Preis verlieren mit dem Erscheinen des jeweils aktuellen Prospekts ihre Gültigkeit.

ANMELDEKARTE

INTERNETANMELDUNG: WWW.ZSOM.CH

Senden an:
Zürich School of Management
Untere Dorfstrasse 2, CH-8700 Küsnacht / Zürich

E-Mail:
info@zsom.ch

Faxen an:
+41 (0)44 913 15 81

Ich bitte um Bestätigung folgender Anmeldung

Name des Seminars / Programms

Nummer

Datum

Persönliche Daten Teilnehmer/in

Herr

Frau

Titel (sofern gewünscht)

Name

Vorname

Firma

Strasse, Postfach

PLZ

Ort

Land

E-Mail

Telefon

Fax

Funktion

Branche

Anzahl Mitarbeiter/innen

bis 200

bis 1000

über 1000

Unterschrift _____

ZSOM JP 2020

ANMELDEKARTE

INTERNETANMELDUNG: WWW.ZSOM.CH

Senden an:
Zürich School of Management
Untere Dorfstrasse 2, CH-8700 Küsnacht / Zürich

E-Mail:
info@zsom.ch

Faxen an:
+41 (0)44 913 15 81

Ich bitte um Bestätigung folgender Anmeldung

Name des Seminars / Programms

Nummer

Datum

Persönliche Daten Teilnehmer/in

Herr

Frau

Titel (sofern gewünscht)

Name

Vorname

Firma

Strasse, Postfach

PLZ

Ort

Land

E-Mail

Telefon

Fax

Funktion

Branche

Anzahl Mitarbeiter/innen

bis 200

bis 1000

über 1000

Unterschrift _____

ZSOM JP 2020