

Strategische Marktbearbeitung

— vom kurzfristigen Reagieren zur nachhaltigen Gestaltung —

Die Situation

Noch immer dominiert im Vertrieb der kurzfristige Verkaufserfolg. Damit werden Markt- und Ertragspotenziale nicht optimal ausgeschöpft — bleiben Effizienzreserven in der Kundenbearbeitung

Der Nutzen

Sie lernen wie Sie im Rahmen einer integrierten Vertriebskonzeption mit strategischer Marktbearbeitung Ihre Markt- und Wettbewerbsposition nachhaltig stärken.

Die Zielgruppe

Geschäftsführer, Bereichsleiter / Hauptabteilungsleiter, Leiter von strategischen Geschäftseinheiten / Profitcentern

Die Themenschwerpunkte

- Ihre marketing- und vertriebsstrategischen Rahmenbedingungen
 - Leistungsprogramm / Produkt- und Service-Mix
 - Marktsegmente und Zielmärkte — Absatz- und Vertriebskanäle
 - Positionierung im Wettbewerbsfeld
- Vertriebsstrategische Erfolgsfaktoren
 - Fokussierte Segmentierung und Zielmarktbildung — multi-channel-management
 - Markterschließungs- und / oder Kundenbindungsstrategien
 - cross-selling und kooperativer Vertrieb
- Ihr individuelles Konzept zur strategischen Marktbearbeitung
 - Zu erreichende Vertriebsziele
 - Kundenportfolio und Kundenmanagement
 - Key Accounts (Groß- und VIP-Kunden), Standardkunden, Neukunden
 - Klassische Kundenbetreuung — Kundenbindungsmanagement (CRM)
- Ihr optimaler Vertriebswege-Mix
 - Persönlicher Verkauf
 - Schriftlicher Verkauf (bis zum data-based Marketing)
 - Telefonischer Verkauf (vom persönlichen Telefonmarketing bis zum Callcenter)
 - Die neuen Vertriebsmedien (Internet, Multimedia) als neue / ergänzende Absatzwege
 - Vertriebskooperationen
- Unterstützung durch strategie- und marktkonforme Absatzförderung
 - Ihre strategiegerechte Vertriebsorganisation — in Struktur und Ablauf / Prozess
 - Schnittstelle Marketing und Vertrieb / Produkt- und Kundenmanagement
 - Key Account Management — Feldorganisation
 - Innendienst / Team-Organisation
 - Kundendienst / Servicefunktionen
- Unterstützung mit zeitgemäßer mediengestützter Vertriebssteuerung
 - Planungs- und Controlling-System
 - Information (Systeme, Instrumente, Ausstattung)
 - Motivation / Incentives
 - Förderung / Entwicklung

Die Methoden

Lehrgespräch, Gruppendiskussion, Gruppenarbeit

Ihr Seminarleiter

Roland Metzner

Wann und wo

23.04.-24.04.2007 in Frankfurt
15.10.-16.10.2007 in Düsseldorf

Seminargebühr

€ 750,00 zzgl. MwSt

Teilnehmer

min. 6 — max. 12



Roland Metzner

Jahrgang 1941 • Diplom-Volkswirt • mehrjährige Stabs- und Linientätigkeit in Handels- und Dienstleistungsunternehmen • seit 1973 Management-Consulting-Praxis • Gesellschafter der Societät für Managementberatung GmbH

Arbeitsschwerpunkte:

Entwicklung strategischer Marketing- und Vertriebskonzepte, Effizienzsteigerungsprogramme im Vertrieb, Zeitmanagement im Marketing- und Vertriebsbereich