

# Plattform-Geschäftsmodelle & Netzwerkorientiertes BDM



## **STRATEGISCHE AUSRICHTUNG DER VERTRIEBSPLANUNG: KUNDENPOTENZIALE ERSCHLIESSEN, VERTRIEBSPROZESSE BEHERRSCHEN**

Unternehmen, die ihre Vertriebsplanung – von der Strategie bis zur Umsetzung strategisch planen sind erfolgreicher, als die, die es nicht tun. Dies gilt über alle Branchen und über alle Unternehmensgrößen hinweg (BARC Studie 2014). In vielen Märkten herrscht immenser Wettbewerbsdruck und Verdrängungskampf, der oftmals über Preismarketing ausgetragen wird. Das Seminar Vertriebsplanung richtet sich an Vertriebsverantwortliche und Vertriebsmitarbeiter, die langfristige Optionen für eine Differenzierung ihres Leistungsangebotes erarbeiten wollen. Kunden und Konsumenten Mehrwert zu bieten ist hierbei das Ergebnis einer systematischen Analyse des Vertriebsumfeldes und der Ausarbeitung einer entsprechenden Vertriebsstrategie. Vor diesem Hintergrund bietet dieses Seminar allen Interessierten einen „Roten Faden“ zur langfristigen Ausrichtung aller vertrieblichen Aktivitäten, mehr Freiraum für konzeptionelles Arbeiten am Kunden und eine nachhaltige Stärkung der Kundenbeziehung. Entdecken Sie die Chancen, die sich durch eine systematische Entwicklung ihrer Vertriebspolitik auf tun.

## **INHALTE IM SEMINAR VERTRIEBSPLANUNG – VON DER STRATEGIE BIS ZUR UMSETZUNG**

### **Vertrieb im Wandel: Chancen und Risiken**

### **Inhalte und Instrumente einer Strategischen Vertriebsplanung**

### **Arbeiten mit einem Leitbild: Definition von**

- Vision (Wo wollen wir hin),
- Mission (Welchen Zweck wollen wir aus Sicht der Kunden erfüllen),
- Zielen im Vertrieb (Ökonomische Ziele: Erfolg, Leistungsangebot, Finanzziele; Soziale Ziele)

### **Analyse des Marktumfeldes, der Wettbewerber und Kundenbedürfnisse: Instrumente und Praxisbeispiele**

- PESTLE-Analyse
- 5-Forces Analyse
- Qualitative und Quantitative Marktforschung
- Benchmarking

## **Entwicklung von Vertriebsstrategien**

- Von der SWOT zur TOWS-Matrix
- Managementinstrumente: Generische Strategie-Optionen, Ansoff- sowie BCG-Matrix

## **Identifikation und Einstellung der Vertriebsstellschrauben**

- Produkt-Politik
- Preis-Politik
- Vertriebskanal-Politik
- Trademarketing-Politik

## **Übung des Erlernten an Fallbeispielen aus der Unternehmenspraxis**

IHR NUTZEN AUS DEM SEMINAR „VERTRIEBSPLANUNG – VON DER STRATEGIE BIS ZUR UMSETZUNG“

Die Teilnehmer erhalten einen klaren Fahrplan zur Entwicklung einer Vertriebsstrategie. Sie gewinnen mehr Freiraum für die Arbeit mit dem Kunden und der Blick fürs Wesentliche wird geschärft. Das Seminar verbindet Wissen und Anwendung in einem. Es folgen Mehrwert für Sie und Mehrwert für den Kunden. Sie positionieren sich im Markt und werden folgend auch von Ihren Kunden dort erkannt.

## **QUALITÄTSVERSPRECHEN FÜR IHRE WEITERBILDUNG**

- Anerkennung durch Zertifikat der Hochschule Fresenius
- Kompetente Trainer mit viel Erfahrung in der Beratungspraxis
- Hohe Aktualität und Praxisrelevanz der Inhalte
- Kleine Gruppen und moderne Lehrmethoden
- Hohe Qualitätsorientierung durch kontinuierliche Evaluation und Feedback
- Hohe Kundenzufriedenheit: Durch mehr als 1000 zufriedene Seminarteilnehmer getestet

## **ZIELGRUPPE:**

Das Seminar richtet sich an Leiter und Fachverantwortliche der Bereiche Business Development, Market Development, New Business, Strategie, Strategische Unternehmensplanung, Unternehmensentwicklung, Geschäftsfeldentwicklung, Strategisches Marketing, Vertriebsplanung, Strategischer Vertrieb, International Business, Export, Produktentwicklung und Produktmanagement, F&E und Innovationsmanagement. Aufgrund der strategischen Bedeutung von BDM werden auch Geschäftsführer und Vorstände angesprochen.

## **METHODIK & DIDAKTIK:**

Die Inhalte werden durch kurzweilige Trainerimpulse, moderierte Erfahrungsaustausche sowie vielen Workshops mit konkreter Anwendung an Fallbeispielen vermittelt.

## **TRAINER**

### **Prof. Dr. Kai A. Saldsieder**

ist Experte für Marketing und Vertrieb. Er ist Professor an der Hochschule Pforzheim und lehrt General Management und International Business. Zuvor war er Offizier der Bundeswehr, anschließend arbeitete Professor Saldsieder in verschiedenen Funktionen im Vertrieb für US-amerikanische Konsumgüterunternehmen (Procter & Gamble, MGM, Hasbro), unter anderem als Key Account Manager, Head of Key Account sowie Director Sales und Trade Marketing. Zuletzt begleitete er als Interimgeschäftsführer den Turnaround eines mittelständischen Health-Care Unternehmens.

**Beginn:**

Montag, 3. Juni 2024, 09:00 Uhr

**Ende:**

Montag, 3. Juni 2024, 17:00 Uhr

**Veranstaltungsort:**

Heidelberg

Deutschland

**Website & Anmeldung:**

Email [zagrodnik@wbildung.de](mailto:zagrodnik@wbildung.de)

<https://wbildung.de/seminare/business-development-management/vertriebsplanung-von-der-strategie-bis-zur-umsetzung-seminar/>