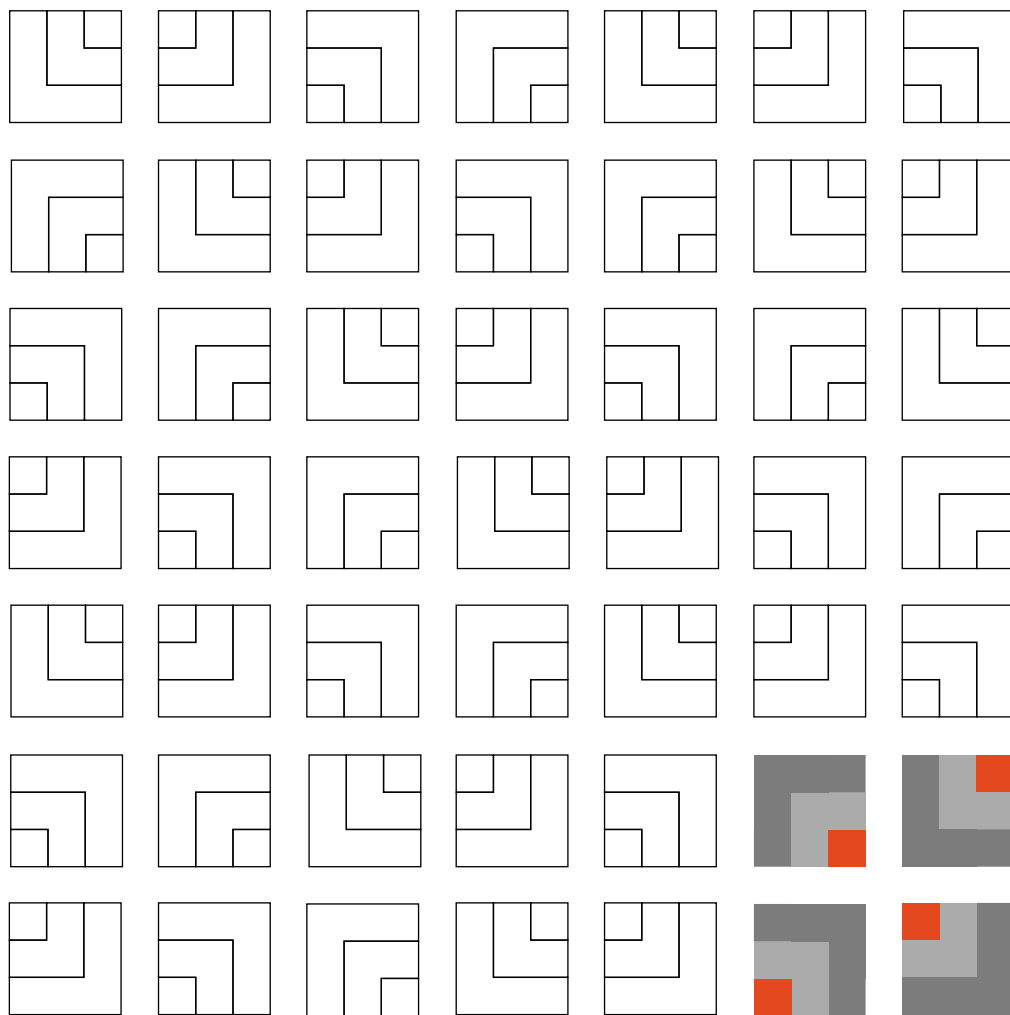




**RKW**  
**BW**



## Der Verkaufsleiter

Ein RKW-Lehrgang  
für Verkaufsleiter  
in mittelständischen  
Unternehmen

# Zum Thema

## Verkaufsleiter spielen in kleinen und mittleren Unternehmen eine zentrale Rolle

Als Mitglied der Geschäftsleitung oder dieser direkt unterstellt, sind Verkaufsleiter für den Umsatz des Unternehmens verantwortlich.

Ihr Aufgabengebiet kann von der Führung und Steuerung der Vertriebsmitarbeiter im Außen- und gegebenenfalls im Innendienst über die Organisation von Messen bis hin zur Planung kleinerer Direktmarketing-Aktivitäten reichen.

Dabei bewegen sich Verkaufsleiter immer wieder in einem Spannungsfeld: Zum einen ist es ihre Aufgabe, Mitarbeiter zu fördern, zu führen und zu kontrollieren. Dies verlangt die Kompetenz einer Führungskraft, eines Coaches. Zum anderen sind viele Verkaufsleiter selbst einmal erfolgreiche Vertriebsmitarbeiter gewesen, oder sie sind es sogar noch in einer Doppelfunktion.

Verkaufsleiter sind wichtige Gesprächspartner für die Geschäftsleitung, die Vertriebsmitarbeiter und nicht zuletzt für die Kunden. Das erfordert hohe kommunikative Fähigkeiten und die Bandbreite der möglichen Aufgaben ist groß. Daher müssen Verkaufsleiter über ein umfassendes Wissen in Vertriebs-, Marketing- und Führungsfragen verfügen.

# Teilnehmer

Verkaufs- und Vertriebsleiter mittelständischer Unternehmen  
Gruppenleiter im Verkauf/Vertrieb, die sich auf die Verkaufsleiter-  
position vorbereiten.

## Ziel

Im Wechselspiel zwischen Theorie und Praxis sollen die Teilnehmer das grundlegende Handwerkszeug des Verkaufsleiters kennen lernen.

Hierbei wird großer Wert auf einen Erfahrungsaustausch und die kontinuierliche Verbesserung der eigenen Arbeit gelegt. Deshalb steht auch die Umsetzung in die Praxis im Mittelpunkt des Lehrganges.

Die Teilnehmer sollen

- ihre eigene Vertriebsstrategie und die notwendigen Maßnahmen zur Umsetzung entwickeln,
- entsprechend ihrer Verantwortung für das operative Ergebnis, alle Instrumente der Beeinflussung dieses Ergebnisses kennen lernen,
- eine individuelle, auf die speziellen Anforderungen ihrer Vertriebsverantwortung zugeschnittene Vertriebssteuerung selbstständig entwickeln und einführen,
- lernen, die richtigen Vertriebsmitarbeiter auszuwählen und sie zielorientiert zu motivieren und zu führen,
- das Potenzial ihrer Mitarbeiter erkennen und beurteilen sowie selbstständig ein Entwicklungs-(Schulungs-)Programm entwickeln können,
- in die Lage versetzt werden, (Direkt-)Marketingaktionen selbstständig zu planen und durchzuführen.
- erkennen, welche Bedeutung das Internet für den eigenen Vertrieb hat und wie die sich daraus ergebenden Chancen genutzt werden können.

# Programm

## 1. Vom strategischen Vertriebsmanagement zur Vertriebssteuerung

Der Vertrieb – Sales Promoter und Kundenbeziehungsmanager

Grundlagen der Vertriebsstrategie und -umsetzung

- Die Bedeutung einer Strategie für den Unternehmenserfolg
- Die Vertriebsstrategie im Rahmen der Unternehmensstrategie
- Entwicklung einer Vertriebsprofilierung
- Strategische Erfolgsoptionen im Vertrieb
  - Positionierungsstrategien
  - Produkt- und Kundenstrategien
  - Marktwahl- und Marktbearbeitungsstrategien
  - Absatzwegestrategien
- Entwicklung eines Grundauftrages

Analyseoptionen im Vertrieb

- Markt- und Kundenanalysen
- Portfolio-Analysen
- SWOT-Analyse
- Lebenszyklusanalyse
- Wettbewerbsanalyse

Planung der Vertriebsziele und der Vertriebsaktivitäten

- Festlegung der strategischen und operativen Vertriebsziele
- Bestimmung der Schlüsselerfolgskriterien im Vertrieb
- Identifizierung und Bestimmung zielführender Vertriebsaktivitäten

Vertriebscontrolling – Managementinstrumentarium zur umfassenden Vertriebsplanung, -steuerung und -kontrolle

- Grundlagen des Vertriebscontrolling
- Ausgewählte Erfolgskennzahlen für den Vertrieb

## 2. Vertriebskommunikation und -marketing

Die Kommunikationspolitik des Unternehmens zur Unterstützung der Vertriebsarbeit

Grundlagen der Vertriebskommunikation

- Grundlegende Kommunikationsmodelle
- Modelle und Typen des Kaufverhaltens
- Die Basis der Unternehmens- und Marktkommunikation
- Die wichtigsten vertrieblichen Kommunikationsinstrumente
  - Personell Selling
  - Verkaufsförderung
  - Direktmarketing

Einsatzfelder und -möglichkeiten im Vertrieb

- Professionelles Angebotsmanagement
  - Der Anfrage- und Angebotsprozess
  - Die Angebotsgestaltung
  - Do's and Don'ts

- Grundlagen des Key Account Management
- Entwicklung einzelner Kommunikationsoptionen zur Neukundengewinnung und Bestandskundenpflege
- Kundenzufriedenheitsumfragen
- E-Mail-Newsletter
- Telefonskript

### 3. Gewinnung, Ausbildung, Betreuung und Führung der Vertriebsmitarbeiter

Gewinnung neuer Mitarbeiter

- Anforderungen an neue Vertriebsmitarbeiter
- Was bieten wir dem neuen Vertriebsmitarbeiter?
- Das Bewerberinterview

Instrumente der Betreuung und Qualifizierung der Vertriebsmitarbeiter

- Das Zielvereinbarungsgespräch
- Das Qualifizierungsgespräch
- Das Kritikgespräch
- Richtiges Ziel-Feedback-Verhalten des Verkaufsleiters
- Der Mitfahrttag und die Bordsteinkonferenz
- Einsatz der Vertriebssteuerung im Mitarbeitergespräch

Entwicklung integrierter und leistungsmotivierender Vergütungssysteme

- Rahmenbedingungen und Anforderungen sowie Erwartungen des Arbeitsgebers und der Mitarbeiter
- Mögliche Honorierungssysteme und ihre Elemente
- Gerechte Provisions- und Prämienermittlung
- Materielle und immaterielle motivationsfördernde Maßnahmen

### 4. Der Verkaufsleiter als Teamleader und Organisator

Review der Böcke 1–3: Vertiefung einzelner Themen

Der Verkaufsleiter als Teamleader und Promotor

- Rollen, Aufgaben und Pflichten des Verkaufsleiters
- Definition der Zielsetzungen/Aufgabenstellungen für den Außen- und Innendienst
- Das Selling-Center – Vom Einzelkämpfer zum Team-Selling
- Motivationsmanagement als Basis für die eigene Motivation und die der Mitarbeiter

Die Vertriebsorganisation

- Organisation, Planung und Durchführung von regelmäßigen Vertriebsmeetings
- Integration des Vertriebspersonals in zukunftsorientierte Vertriebsentscheidungen

# Lernkonzept

Die Inhalte des Lehrgangs werden sowohl entlang des Programms abgehandelt als auch durch so genannte Lernaufgaben vermittelt. Diese Lernaufgaben ermöglichen es, das Zusammenwirken aller Aufgaben des Verkaufsleiters zu erkennen. Gleichzeitig sind sie eine ideale Vorbereitung auf konkrete Aufgabenstellungen.

Darüber hinaus verschmilzt das Lernaufgabenkonzept Inhalte und Methoden der Arbeit eines Verkaufsleiters und fordert den persönlichen Einsatz der Teilnehmer. Die Kombination von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz kommt in diesem Ansatz zur Geltung.

Bestandteil des Lehrgangs sind konkrete Arbeitshilfen und Instrumente für die Praxis sowie umfangreiche Arbeitsunterlagen. Diese Unterlagen wollen Wegbegleiter in der täglichen Arbeit sein.

Vorbereitung

Der Teilnehmer bereitet sich auf folgende Fragen vor: Welche Themen sind mir wichtig? Welche Erwartungen habe ich? Was will ich nach dem Lehrgang besser können?

**Block 1** (3 Tage)

## **Vom strategischen Vertriebsmanagement zur Vertriebssteuerung**

Die Phase endet mit einem Aktionsplan:

Die Teilnehmer verabreden eine Projektaufgabe, die den Praxistransfer sicherstellt.

Zurück im Unternehmen

Jeder Teilnehmer bearbeitet in seinem Unternehmen diese Aufgabe. Aktion vor Perfektion!

**Block 2** (3 Tage)

## **Vertriebskommunikation und -marketing**

Die Phase endet mit einem Aktionsplan:

Die Teilnehmer verabreden eine Projektaufgabe, die den Praxistransfer sicherstellt.

Zurück im Unternehmen

Jeder Teilnehmer bearbeitet in seinem Unternehmen diese Aufgabe. Aktion vor Perfektion!

**Block 3** (3 Tage)

## **Gewinnung, Ausbildung, Betreuung und Führung der Vertriebsmitarbeiter**

Die Phase endet mit einem Aktionsplan:

Die Teilnehmer verabreden eine Projektaufgabe, die den Praxistransfer sicherstellt.

Zurück im Unternehmen

Jeder Teilnehmer bearbeitet in seinem Unternehmen diese Aufgabe. Aktion vor Perfektion!

**Block 4** (1 Tag)

## **Der Verkaufsleiter als Teamleader und Organisator**

# Organisatorisches

<b>Lehrgangleiter</b>	Wolfgang L. Werner, Dipl.-Kfm. (t.o.)
<b>Termine und Veranstaltungsort</b>	Siehe Infoblatt!
<b>Teilnehmerbestätigung</b>	Die Teilnehmer erhalten eine detaillierte Teilnahmebestätigung
<b>Kosten</b>	Teilnahmegebühr einschließlich Arbeitsunterlagen, Tagungsgetränken und Mittagessen <span style="float: right;">siehe Infoblatt</span>
<b>Anmeldeschluss</b>	18 Kalendertage vor Lehrgangsbeginn

## Anmeldungen

Sie möchten an diesem Lehrgang teilnehmen? Dann melden Sie sich bitte so früh wie möglich an, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist – schicken oder faxen Sie uns einfach das Anmeldeblatt.

Ihre Teilnehmerkarte bekommen Sie, sobald wir genügend Anmeldungen haben; die Teilnahmegebühr zahlen Sie bitte innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt der Rechnung.

Sie müssen Ihre Teilnahme absagen und können uns auch keinen Ersatzteilnehmer nennen? Wenn Sie uns bis spätestens 20 Kalendertage vor Kursbeginn informieren, berechnen wir eine Bearbeitungsgebühr von 100 €. Bei einer späteren Absage wird die volle Kursgebühr fällig. Entscheidend ist der Zugangszeitpunkt bei uns.

Nicht genügend Teilnehmer? Wir benachrichtigen Sie so früh wie möglich – spätestens 18 Kalendertage vor Lehrgangsbeginn.

Die Veranstaltung muss aus anderen Gründen ausfallen? Auch dann informieren wir Sie möglichst bald. Selbstverständlich brauchen Sie in beiden Fällen nichts zu bezahlen. Eventuelle Kosten, die Ihnen durch den Ausfall entstehen, können wir jedoch nicht ersetzen – es sei denn, unsere Mitarbeiter oder Referenten hätten grob fahrlässig gehandelt.



**RKW  
BW**

**RKW Baden-Württemberg**

**Rationalisierungs- und  
Innovationszentrum der  
Deutschen Wirtschaft**

Postfach 10 40 62  
70035 Stuttgart

Königstraße 49  
70173 Stuttgart

Telefon (07 11) 2 29 98-0  
Telefax (07 11) 2 29 98-10

E-Mail [info@rkw-bw.de](mailto:info@rkw-bw.de)  
Internet [www.rkw-bw.de](http://www.rkw-bw.de)

## Der Verkaufsleiter 2012

13.03.2012 - 19.11.2012

### Termine

**05-0135**

Block 1	13.03.2012 - 15.03.2012
Block 2	17.04.2012 - 19.04.2012
Block 3	12.06.2012 - 14.06.2012
Block 4	19.11.2012

### Lehrgangslleitung

### Referenten

Wolfgang L. Werner

Martin Salzwedel

### Veranstalter

### Veranstaltungsort

RKW Baden-Württemberg  
Weiterbildung/Nicole Jung  
Königstraße 49  
70173 Stuttgart  
Tel. 0711 22998-23  
Fax 0711 22998-10  
E-Mail: jung@rkw-bw.de

Abacco Hotels GmbH  
Siemensstr. 50  
70825 Korntal-Münchingen  
Tel. 07150-13-0  
Fax 07150-13-266

### Gebühren/Mitglieder

3.900,00 € / 3.500,00 € + gesetzl. MwSt.

### Anmeldung – Verkaufsleiter

**05-0135**

Wollen Sie weitere Teilnehmer anmelden? Dann kopieren Sie bitte diesen Vordruck.

**Teilnehmer(in)** Vor- und Zuname

**Anmelder (wenn abweichend)** Vor- und Zuname

Funktion

Tel.- Durchwahl

Tel.- Durchwahl

Fax

Fax

E-Mail

E-Mail

Firma - Anschrift

Rechnungsadresse (wenn abweichend)

Datum/Unterschrift

Beschäftigte

---

RKW Baden-Württemberg  
Postfach 10 40 62  
70035 Stuttgart