

TAE

**technische
akademie
esslingen**
weiterbildung
mit zertifikat

maschinenbau, fahrzeugtechnik und tribologie

fertigungs- und produktionstechnik

elektrotechnik und elektronik

informationstechnologie

medizintechnik

bauwesen

betriebswirtschaft und arbeitskompetenz

management und führung

Fachreferent/-in für Verkauf und Vertriebsmanagement (TAE)

3. berufsbegleitender Zertifikatslehrgang

**5 Präsenzphasen > 11 Seminartage
(unter Einschluss von Samstagen)**

Seminar

in Ostfildern-Nellingen
An der Akademie 5

17. Februar bis 24. Juni 2006

Veranstaltung Nr. 31797/28.1025

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.

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

- > theoretische Modelle und strategische Grundformen der Verkaufsorganisation auf Industrie- und Konsumgütermärkten kennen
- > logistische Möglichkeiten des Unternehmens und Schnittstellen zu den Fachbereichen bei der Informationsbeschaffung und der Auftragsabwicklung nutzen
- > rechtliche Voraussetzungen aus dem Vertragsrecht beachten
- > betriebswirtschaftliche Kompetenz und fachliche Argumentationsspielräume in Preisgesprächen beherrschen

- > verbale und 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 die operativen Verkaufsvorgänge bereiten fachliche Qualifikationen kaum umfassend 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, strukturiert, 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 fünf Präsenzphasen vorrangig an Wochenenden 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 oder Simulation bestätigt das Zertifikat „Fachreferent/-in für Verkauf und Vertriebsmanagement (TAE)“ die erworbene Zusatzqualifikation

Lehrgangsleitung

Dittmar Prasse BDVT

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

Inhaber der international tätigen Unternehmensberatung Schuppar, sales & marketing consulting, Mannheim. Arbeitsschwerpunkte: Kundenorientierte Unternehmensführung, Kundenbewertung, Pricing Excellence, Value Management und Vertriebspartnermanagement. Zahlreiche Veröffentlichungen und Trainings. Berufserfahrung als Vertriebsmanager bei Lufthansa, Frankfurt und Asien, sowie Siemens, Erlangen.

Rainer Uhrmann-Nowak

Geschäftsfeldleiter der Technischen Akademie Esslingen, Ostfildern

Zielgruppen

Dieser Zertifikatslehrgang richtet sich an Vertriebsleiter und Verkäufer im Innen- und Außendienst, an Key-Account- und Produktmanager, Vertriebsmitarbeiter und -assistenten aus Innendienst, Auftragsbearbeitung und Kundendienst, an Leiter und Nachwuchskräfte aus Vertrieb, Marketing, Controlling und Technik sowie an Ingenieure und Techniker mit Verkaufsaufgaben oder vertriebsunterstützenden Kundenkontakten.

Fachkursförderung

Für den Lehrgang wird beim Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg eine Fachkursförderung für kleine und mittlere Unternehmen sowie Existenzgründer aus Baden-Württemberg beantragt (30% der Lehrgangsgebühr, 50% bei Teilnehmer/-innen über 50 Jahre).

Präsenzphase 1

Freitag, 17. Februar 2006

9.15 bis 18.00 Uhr

Samstag, 18. Februar 2006

9.00 bis 15.00 Uhr

Lernziele

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

Themen

Eröffnung und Einführung

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

Rainer Uhrmann-Nowak

Technische Akademie Esslingen, Geschäftsfeldleiter

Björn Schuppar

Schuppar, sales & marketing consulting, Mannheim, Lehrgangsführung

Liane Weinfurtner

the profit maker + troubleshooter, Stuttgart

Gastreferent

Stefan Graichen

Danfoss Industrieautomatik GmbH, Leiter Marketing & Vertrieb, Korntal-Münchingen

Präsenzphase 2

Freitag, 10. März 2006

9.00 bis 17.30 Uhr

Samstag, 11. März 2006

8.30 bis 16.00 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

Kompetenzentwicklung zur Erfüllung des Anforderungsprofils „Referent Marketing und Vertrieb“

Referenten

Babette Drewniok

Betriebswirtschaftliche Beraterin, Kreuzau

Franz-Otto Kierig

Rechtsanwalt, Heidelberg

Gastreferent

Bernd Hechler

Referent Marketing und Vertrieb,

Gebr. Heller Maschinenfabrik GmbH, Nürtingen

Präsenzphase 3

Freitag, 7. April 2006

9.00 bis 18.00 Uhr

Samstag, 8. April 2006

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 und Kundenorientierung in der Praxis
- > Kundenzufriedenheit
- > unternehmensinterne Qualität sichern
- > aktive Kundenbeziehungen mit CRM

Die tägliche Praxis: Kalkulation, Angebotserstellung und Auftragsabwicklung

- > das betriebliche Rechnungswesen als Ausgangspunkt und Voraussetzung
- > Ermittlung der Kosten, Planung des Gewinns
- > Stunden und Zuschlagssätze ableiten
- > die Vorkalkulation und Angebotskalkulation zu Voll- und Grenzkosten zur Ermittlung von Preisober- und Preisuntergrenze
- > Preispolitik und Entscheidungskriterien für die Preisgestaltung
- > Deckungsbeitragsrechnung und Preispolitik
- > Welche Auswirkungen hat ein bestimmter Preis für den Auftrag beziehungsweise 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

Referenten

Wolfgang K. Buhl

Training / Coaching / Consulting, Böblingen

Christian Wabenhorst

Unternehmensberater für Planung und Controlling, Korb

Präsenzphase 4

Donnerstag, 11. Mai 2006 > 10.00 bis 18.00 Uhr

Freitag, 12. Mai 2006 > 9.00 bis 17.00 Uhr

Samstag, 13. Mai 2006 > 9.30 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: verbale und nonverbale Kommunikation
- > die Phasen im Verkaufsgespräch
- > Kundentypen, -profile und -motive: Emotionale Intelligenz im Verkauf > die Persönlichkeit des Gesprächspartners wahrnehmen und einschätzen
 - > Leistungs- und Beziehungswünsche erkennen
 - > strategische Flexibilität und Beziehungskompetenz aufbauen > Gemeinsamkeiten als Beschleuniger einsetzen
- > Argumentations-, Gesprächs- und Verhandlungstechniken: Nutzendarstellung > Analyse der Gesprächspartner > aktiv zuhören, Fragetechniken > Regeln für erfolgreiche Kommunikation > Abschluss-techniken
- > 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 körper-sprachlichen Ausdruckswirkung im Kundenkontakt

- > integrierende Distanz regeln
- > Stärken/Schwächen-Profil Ihres Körpersprachbildes

Praxisvortrag

MAPO – Einführung einer marktorientierten Produktionsorganisation bei Faulhaber

Referenten

Dittmar Prasse

Prasse Training & Partner, Lehrgangsführung, Leonberg

Brigitte Heizmann, Freiberufliche Trainerin, Horb

Gastreferent

Hubert Renner

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

Präsenzphase 5

Freitag, 23. Juni 2006

9.00 bis 18.00 Uhr

Samstag, 24. Juni 2006

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 und 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 oder Branche
- > Workshop: Sinnvolle Strategien im eigenen Unternehmen

Abschlusspräsentation

Simulation und kollegiales Fachgespräch

Praxisvortrag

Customer Relationship Management (CRM)

- > Praxis im Sondermaschinenbau

Referenten

Prof. Paul G. Maciejewski

Fachhochschule Pforzheim

Björn Schuppar

Schuppar, sales & marketing consulting, Mannheim,
Lehrgangsführung

Dittmar Prasse

Prasse Training & Partner, Lehrgangsführung,
Leonberg

Gastreferent

Andreas Junginger

ZELTWANGER ENGINEERING GmbH, Tübingen

Sie melden sich an

Bitte nennen Sie	Veranstaltung Nr. 31797/28.1025
	Veranstaltungstitel
	Vor- und Nachname
	Anschrift
	Telefon, Telefax, E-Mail
per Post	Technische Akademie Esslingen
	An der Akademie 5, 73760 Ostfildern
per Telefon	Marianne Merten, Ursula Prezewowsky
	Anmeldung +49 711 34008-23, -24, -25, -40
per Telefax	+49 711 34008-27, -43
per E-Mail	anmeldung@tae.de
per Internet	www.tae.de
	Wir reservieren auch Ihr Hotelzimmer.

Wir berechnen

	EUR 2.540,- mehrwertsteuerfrei
	Im Falle einer Förderung wird Ihnen der
	Förderbetrag aus ESF-Mitteln nach Auszahlung
	durch das Wirtschaftsministerium erstattet.
	Im Preis sind Arbeitsunterlagen sowie
	Mittagessen enthalten.

Ihre Ansprechpartner

organisatorisch	Telefon +49 711 34008-0
fachlich	Dipl.-Soz. Dipl.-Päd. Rainer Uhrmann-Nowak
	Telefon +49 711 34008-71
	E-Mail rainer.uhrmann@tae.de

Sie finden unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen

	im Internet, Gesamtprogramm und in der
	Anmeldebestätigung.

Sie erhalten Qualität

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



Wir bieten mehr

	Besuchen Sie uns im Internet oder
	fordern Sie die Einzelprogramme der
	verwandten Themen an.

maschinenbau, fahrzeugtechnik und tribologie

fertigungs- und produktionstechnik

elektrotechnik und elektronik

informationstechnologie

medizintechnik

bauwesen

betriebswirtschaft und arbeitskompetenz

management und führung

www.tae.de