



Lernziele:

- Kenntnisse der Ist-Situation (Umwelt, Bedarf, Wettbewerber, Eigenes Unternehmen)
- Möglichkeiten der Ist-Situationsbewertung (Benchmark)
- Identifikation von interessanten Geschäftsfeldern nach „Kundensilo“ und Rentabilität
- Kenntnisse von strategischen Planungsinstrumenten
- Strategische und operative Marketingplanung und Umsetzung
- Kombination von Qualitätsmanagement, Führung und Controlling im PDCA-Zyklus

Methodik, Didaktik:

Multimediale Impulsreferate des Trainers, Erfahrungen aus der eigenen Vertriebstätigkeit / aus dem privaten Umfeld, Gespräche über Erfahrungen und Wahrnehmungen, Zielsetzung und Visualisierungen der Zeit und der Prioritäten nach Teilnehmer, Gruppen- und Individualarbeiten, Lessons learned & Integration in den betrieblichen Alltag, Fallstudien und **starke** Interaktion der Teilnehmer.

Die IVM-Agenda:

Tag 1:

- Kennenlernen
- Zielsetzung
- Strategische Planungsinstrumente
 - Porter's 5 Forces
 - SWOT-Analyse
 - PESTEL-Analyse
 - Scoring- und Nutzenanalyse
 - Methode der gewichteten Performance
 - Marktattraktivität (monetär und nicht-monetär)
 - Wirtschaftlichkeitsvergleich
- Ideengenerierung, Priorisierung von Ideen
- Planung von Preisen, Absätzen, Umsätzen und Kosten
- Soll-Break-Even-Point und Marketingplanung
- Instrumente zur Optimierung:
 - Ishikawa Diagramm
 - Hoshin Planning
 - A3-Planning
 - Net Present Value, NPV

Literaturbegleitung:

Nachhaltiges Vertriebscontrolling, Roberto Capone

Datum: _____	Kurzzeichen: _____	Beantragt: _____
Investition: _____	Teilnehmer: _____	Genehmigt: _____
Kostenstelle: _____	Vorgesetzter: _____	

ANSPRECHPARTNER:

Roberto Capone • IVM | Institut für Verkauf und Marketing
Amtshof 4 • 63628 Bad Soden-Salmünster

Telefon: 06056 8033890
E-Mail: info@ivm-seminare.de
www.ivm-seminare.de