



Marketing- und Vertriebscontrolling

Wirkungsvolle Instrumente zur Steigerung der Effizienz und Effektivität in Marketing und Vertrieb

Inhaltsübersicht

- Visionen, Trends und Strategien in Marketing und Vertrieb
- Veränderungen der Marketing- und Vertriebsprozesse durch den digitalen Wandel
- Neue Kennzahlen zur Steuerung von digitalen Produkten, Services und Prozessen
- Aktuelle Instrumente und Methoden im Controlling
- Aufbau eines Kennzahlen-Cockpits mit Business Intelligence
- Strategisches und operatives Marketing- und Vertriebscontrolling
- Etablierung effektiver Frühwarnsysteme
- Check-up Ihres Marketing- und Vertriebscontrollings

Seminarziel

In Zeiten des digitalen Wandels und stetig neuer Trends, verändern sich die Geschäftsmodelle, das Kundenverhalten und die Kostenstrukturen rasant. In unserem Intensiv-Seminar lernen Sie aktuelle Methoden und Instrumente des Marketing- und Vertriebscontrollings kennen, um die Effizienz und Effektivität Ihres Marketings und Vertriebs zu steigern. Sie erfahren, wie Sie ein strategisches und operatives Controlling aufbauen bzw. verbessern und welche Kennzahlen in der heutigen Zeit im Marketing und Vertrieb von besonderer Bedeutung sind. Darüber hinaus zeigt Ihnen unser Experte, wie Sie effektive Frühwarnsysteme etablieren. Dadurch sind Sie in der Lage Entwicklungen zu erkennen, diese zu bewerten und zielsicher Entscheidungen zu treffen.

Ihr Referent

Professor Dr. Claus W. Gerberich

Bekannter Management-Experte, langjährige Praxiserfahrung als Vorstand bzw. Geschäftsführer internationaler Unternehmen wie der adidas AG, der Schöller Lebensmittel GmbH und der BASF AG.



Stimme zum Seminar

„Gute Erfahrung, informativ, praxisbezogen, offen, ehrlich auf den Punkt gebracht. Perfekt organisiert, professionell ausgeführt.“

Paolo Giugliano, Mehler Technologies GmbH

Zielgruppen

- Geschäftsführung Marketing und Vertrieb
- Marketing- und Vertriebsleitung
- Verkaufsleitung
- Marketing- und Produktmanager/-innen
- Leitung und Mitarbeiter/-innen des Marketing- und Vertriebscontrollings
- Leitung und Mitarbeiter/-innen der Vertriebssteuerung
- Controller/-innen
- Assistenten/Assistentinnen der Geschäftsführung
- Vertriebs- und Verkaufsassistenten/-assistentinnen

15. bis 16. Februar 2016 in Wiesbaden

08. bis 09. März 2016 bei München

14. bis 15. Juni 2016 in Hannover

05. bis 06. Juli 2016 in Düsseldorf

Seminarinhalt

1. Tag 9.30 Uhr

Visionen, Trends und Strategien in Marketing und Vertrieb

- Veränderungen von Marketing und Vertrieb in einer digitalen Welt
- Alte Erfolgsfaktoren – Neue Erfolgsfaktoren
- Vom Product-Selling zum Value-Selling

Aktuelle Instrumente und Methoden des Marketing- und Vertriebscontrollings

- Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument
- Von der Kundenzufriedenheit zum Customer Life Time Value
- Customer Journey-Analyse und Management der Kundenberührungspunkte
- Big Data in Marketing und Vertrieb

Die Top Kennzahlen im Marketing und Vertrieb

- Kennzahlen für die Kundengewinnung
- Kennzahlen für die Kundenbindung
- Kennzahlen für die Leistungsinnovation
- Kennzahlen für die Leistungspflege
- Aufbau eines Kennzahlen-Cockpits mit Business Intelligence

Digitale Geschäftsmodelle – Erfolgstreiber und zentrale Herausforderung

- Veränderungen der Marketing- und Vertriebsprozesse durch die digitale Transformation

- Online- und Social Media Marketingcontrolling
- Neue Kennzahlen zur Steuerung von digitalen Produkten, digitalen Services und digitalen Prozessen
- Open Innovation & Co: Neue Rechenmodelle durch die Integration des Kunden

Kommunikationscontrolling

- Die Rolle der internen und externen Kommunikation in der heutigen Zeit
- Messbare und aussagekräftige Kennzahlen

Werttreiber und Wertvernichter in Marketing und Vertrieb

- Die Steuerung des Kundenstamms
- Das 5i-Modell der Kundenbindung

Strategisches Marketing- und Vertriebscontrolling

- Aufbaustufen eines strategischen Marketing- und Vertriebscontrollings
- Portfolio Analyse der Produkte, Kunden und Vertriebswege
- ROMI – Der Wertbeitrag des Marketings
- Bewertung, Benotung und Planung des Marketing-Mix

17.30 Uhr Ende des ersten Seminartages

2. Tag 8.45 Uhr

Operatives Marketing- und Vertriebscontrolling

- Controlling wirtschaftlicher Erfolgsfaktoren

- Deckungsbeitragsanalyse für Produkte, Märkte, Kunden und Vertriebswege
- Artikel- und Sortimentserfolgsrechnung
- Ziele und Inhalte des Reportings

Planung und Budgetierung

- Marketingplanung und -budgetierung
 - Strategische und operative Ziele
 - Optimierung des Marketing Portfolios
 - Die Top-Kennzahlen des Marketingbudgets
- Vertriebsplanung und -budgetierung
 - Das vier Stufen-Modell der Vertriebsplanung
 - Sales Funnel: Vom Erstkontakt zum Verkaufsabschluss
 - Value-Selling und Coinjoint-Analyse
 - Die Top-Kennzahlen im Vertriebsbudget

Informations- und Frühwarnsysteme

- Business Intelligence in Marketing und Vertrieb
- Leading und Lagging Indicators
- Von den Spätindikatoren zu den Frühindikatoren
- Aufbau von Ursache- und Wirkungsketten
- Chancen- / Risiken-Portfolio

Check-up Ihres Marketing und Vertriebscontrollings

- Stärken- und Schwächen-Analyse
- Aufbau einer effizienten Steuerung mithilfe der drei Top Kriterien: Nutzen, Preis und Kosten
- Change-Management: Sind Sie fit für den digitalen Wandel Ihres Geschäftsmodells?

16.30 Uhr Ende der Veranstaltung und Verabschiedung

Praxis

Anmeldeformular Fax-Nr.: 06 11 / 2 36 00 60

Bitte ausfüllen und faxen!

Staffelpreis

Teilnahmegebühr:

€ 1.350,- zzgl. MwSt.

bei Anmeldung von 1 Teilnehmer, für den 1. Teilnehmer

€ 1.150,- zzgl. MwSt.

für den 2. und jeden weiteren Teilnehmer

In der Gebühr sind Tagungsgetränke, Pausenkaffee, Mittagessen sowie eine Dokumentation enthalten.

So melden Sie sich an:

Per Telefax an: 0611 – 2 36 00 60

Per E-Mail an: anmeldung@fff-online.com

Im Internet unter: www.fff-online.com

Teilnahmebedingungen/Rücktrittsgarantie

Bei Stornierung der Anmeldung bis 14 Tage vor dem Seminartermin erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 60,- zzgl. MwSt. Danach bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers wird die Teilnahmegebühr berechnet. Eine Vertretung des gemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich. Wir behalten uns vor, notwendige inhaltliche und/oder organisatorische Änderungen vor oder während der Seminarveranstaltung vorzunehmen, soweit diese den Gesamtcharakter des Seminars nicht wesentlich ändern.

Zimmerreservierung

Für Teilnehmer an diesem Seminar steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu Sonderkonditionen zur Verfügung. Setzen Sie sich bitte direkt mit dem Hotel unter Berufung auf das Forum für Führungskräfte in Verbindung.

Datenschutz

Ihre Daten werden für die interne Weiterbearbeitung Ihres Auftrages verwendet. Darüber hinaus werden sie für Zwecke der postalischen Werbung für unsere eigenen Veranstaltungen oder derjenigen von verbundenen Unternehmen verwendet. Bei Angabe Ihrer E-Mail-Adresse (freiwillig) erhalten Sie auch per E-Mail Informationen über interessante Veranstaltungen. Wenn Sie mit der beschriebenen Verwendung Ihrer Daten zur künftigen Information über unsere Angebote nicht einverstanden sind, teilen Sie uns dies bitte z. B. per E-Mail an datenschutz@fff-online.com mit oder streichen Sie den entsprechenden Teil dieser Datenschutzhinweise.

ZWB Forum für Führungskräfte GmbH
Friedrichstr. 16-18 / 65185 Wiesbaden

2-Tage Intensiv-Seminar: Marketing- und Vertriebscontrolling

Seminar-Code: 16MV-MVC-43251

- 15. bis 16. Februar 2016 in Wiesbaden**
Forum-Schulungszentrum, Telefon: 0611 - 2 36 00 10
- 08. bis 09. März 2016 bei München**
INNSIDE München Neue Messe, Telefon: 089 - 94 00 50
- 14. bis 15. Juni 2016 in Hannover**
BEST WESTERN PREMIER Parkhotel Kronsberg, Telefon: 0511 - 8 74 00
- 05. bis 06. Juli 2016 in Düsseldorf**
INNSIDE Düsseldorf Derendorf, Telefon: 0211 - 17 54 60

1. Name	Vorname
Position/Abteilung	E-Mail
2. Name	Vorname
Position/Abteilung	E-Mail
Firma	Branche
Straße/Postfach	
PLZ	Ort
Telefon	Telefax
Datum/Unterschrift	