



Marketing- und Vertriebscontrolling

Wertorientierte Planungs- und Steuerungssysteme in Marketing und Vertrieb!

Inhaltsübersicht

- Visionen, Trends und Strategien in Marketing und Vertrieb
- Aktuelle Methoden und Systeme im Controlling
- Die Bausteine eines wertorientierten Marketing- und Vertriebscontrollings
- Wertorientierte Kennzahlensysteme in Marketing und Vertrieb
- Strategisches und operatives Marketing- und Vertriebscontrolling
- Werttreiber und Wertvernichter in Marketing und Vertrieb
- Frühwarnsysteme in Marketing und Vertrieb
- Check-up Ihres Marketing- und Vertriebscontrollings

Seminarziel

Verschaffen Sie sich im Seminar einen Überblick über alle Methoden des wertorientierten Marketing- und Vertriebscontrollings. Lernen Sie die Vorgehensweise in den einzelnen Wertmanagement-Methoden kennen und erfahren Sie die richtige Form der Anwendung in der Praxis. Sie lernen, einzelne Controlling-Methoden nicht isoliert zu betrachten, sondern ganzheitlich in einem geschlossenen strategischen und operativen Wertsystem, um damit Effizienz und Effektivität in Marketing und Vertrieb deutlich zu steigern.

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

24. bis 25. Februar 2015 bei Frankfurt/Main

17. bis 18. März 2015 in München

23. bis 24. Juni 2015 in Düsseldorf

07. bis 08. Juli 2015 in Hannover

27. bis 28. Oktober 2015 in München

Seminarinhalt

1. Tag 9.30 Uhr

Visionen, Trends und Strategien in Marketing und Vertrieb

- Alte Erfolgsfaktoren – Neue Erfolgsfaktoren
- Vom Produktanbieter zum Problemlöser

Aktuelle Methoden und Systeme im Controlling

- Welche Anforderungen werden an ein modernes Controlling gestellt?
- Ziele von Marketing- und Vertriebscontrolling
- Aufgabenschwerpunkte des Marketing und Vertriebscontrollings
- Planung / Kontrolle / Informationsflut

Wertorientierte Kennzahlensysteme in Marketing und Vertrieb

- Kennzahlen für die Kundengewinnung
- Kennzahlen für die Kundenbindung
- Kennzahlen für die Leistungsentwicklung
- Kennzahlen für die Leistungspflege

Die Bausteine eines wertorientierten Marketing- und Vertriebscontrollings

- Normatives Marketing- und Vertriebscontrolling
- Strategisches Marketing- und Vertriebscontrolling
- Operatives Marketing- und Vertriebscontrolling
- Vernetzung des strategischen und operativen Marketing- und Vertriebscontrollings

Werttreiber und Wertvernichter in Marketing und Vertrieb

Rollenverteilung und Zuständigkeiten

Strategisches Marketing und Vertriebscontrolling

- Aufbaustufen eines strategischen Marketing- und Vertriebscontrollings
- Lebenszyklus-Analyse
- Portfolio Analyse
- Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument
- Bewertung, Benotung und Planung des Marketing-Mix
- Wertorientiertes Marketing- und Vertriebscontrolling

17.30 Uhr Ende des ersten Seminartages

2. Tag 8.45 Uhr

Operatives Marketing- und Vertriebscontrolling

- Controlling ökonomischer Erfolgsfaktoren
- Deckungsbeitragsanalyse für Produkte, Märkte und Kunden
- Vertriebswege- und Kundencontrolling
- Artikel- und Sortimentserfolgsrechnung
- Inhalte des monatlichen Reportings

Planung und Budgetierung

- Marketingplanung und -budgetierung
 - Bausteine des Marketingbudgets
 - Marketing-Instrumente und Marketing-Mix
 - Target Pricing und Target Costing

- Vertriebsplanung und -budgetierung
 - Planung von: Sortiment / Kunden / Vertriebswegen und -organisation
 - Planung der variablen und fixen Kosten
 - Planung der Prozesskosten des Vertriebs
 - Planung der zu erwartenden Deckungsbeiträge

Informationssysteme in Marketing und Vertrieb

Frühwarnsysteme in Marketing und Vertrieb

- Von den Spätindikatoren zu den Frühindikatoren
- Aufbau von Ursache- und Wirkungsketten
- Chancen- / Risiken-Portfolio
- Steuerungs- und Maßnahmenstrategien
- Erlösseitige, kostenseitige, absatzseitige Maßnahmen

Check-up Ihres Marketing und Vertriebscontrollings

- Schwächen- und Stärken-Analyse
 - Erwartungen und Anforderungen an Mitarbeiter
 - Aufbau des spezifischen Controlling-Profiles
 - Ableiten des Handlungsbedarfes
- 16.30 Uhr Ende der Veranstaltung und Verabschiedung

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.

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.

Kontakt

ZWB Forum für Führungskräfte GmbH

Info-Telefon: 0611 - 2 36 00 30

(v.DatID)

2-Tage Intensiv-Seminar: Marketing- und Vertriebscontrolling

Seminar-Code: 15MV-MVC-43251

- 24. bis 25. Februar 2015 bei Frankfurt/Main**
NH Mörfelden Conference Center, Telefon: 06105 - 204 0
- 17. bis 18. März 2015 in München**
Mercure Hotel Orbis München Süd, Telefon: 089 - 63 27 0
- 23. bis 24. Juni 2015 in Düsseldorf**
Leonardo Hotel Düsseldorf City Center, Telefon: 0211 - 7 77 10
- 07. bis 08. Juli 2015 in Hannover**
BEST WESTERN PREMIER Parkhotel Kronsberg, Telefon: 0511 - 8 74 00
- 27. bis 28. Oktober 2015 in München**
Mercure Hotel Orbis München Süd, Telefon: 089 - 63 27 0

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