

# SALES MANAGEMENT

Erfolgreich navigieren im Zeitalter digitaler Verkaufsstrategien und kundenorientierten Innovationen

## Einführung

In einer Zeit, in der sich Kundenbedürfnisse und Verhaltensweisen schnell verändern, steht der Vertrieb vor neuen Herausforderungen. Die fortschreitende Technologieentwicklung bietet einerseits viele Chancen, um Kunden besser zu erreichen und zu verstehen, erfordert andererseits aber auch eine kluge Anpassung von Vertriebsstrategien. Der Zertifikats-Lehrgang „Sales Management“ setzt genau hier an. Er vermittelt zeitgemäße Fähigkeiten für langfristigen Erfolg in Unternehmen jeglicher Größe, von kleinen Betrieben bis hin zu großen Konzernen und behandelt Aspekte wie die Identifikation neuer Kundenbedürfnisse, die Entwicklung innovativer Vertriebskanäle sowie die Bewertung und Integration von Technologien im Vertriebsbereich. Einen besonderen Stellenwert hat dabei die digitale Transformation des Vertriebs, einschließlich des gezielten Einsatzes künstlicher Intelligenz (KI). Erfolgreicher Vertrieb erfordert immer öfter den geschickten Einsatz digitaler Tools und KI, um Kaufprozesse zu beschleunigen, Komplexität zu bewältigen und als vertrauenswürdiger „Kundenversther“ anerkannt zu werden. Infolgedessen geht der Ansatz des Lehrgangs weg vom „klassischen“ Sales Management hin zum digitalisierten Business Plattform Management, bei dem die Customer Journey als Modell für das Management von Beziehungen und Bindungen im gesamten Geschäftsnetzwerk dient.

## Zielgruppen

- Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte, die sich auf höhere unternehmerische Aufgaben vorbereiten möchten oder ihre Qualifikation für bestehende Positionen steigern wollen;
- Hochschulabsolvent:innen, die ihre Ausbildung um praxisrelevantes Sales-Know-how erweitern oder auf den neuesten Stand bringen möchten;
- Unternehmer:innen, Verkaufs- und Marketingleiter:innen, sowie Personen mit verschiedenen Aufgaben im Bereich Marketing, Sales, Produktmanagement und Business Development;
- Familienmitglieder, die leitende Funktionen in Familienunternehmen innehaben oder übernehmen möchten.

## Ziele | Nutzen

Mit Absolvierung dieses MCI-Lehrgangs werden Sie befähigt:

- die zentrale Bedeutung des Vertriebs für Ihr Unternehmen zu erkennen und die Potenziale des Vertriebs als Treiber für eine zukunftsfähige Unternehmensentwicklung gezielt zu nutzen;
- Trends und Technologien im Bereich Marketing und Vertrieb kompetent zu bewerten, organisatorische Veränderungen einzuleiten und so eine intelligente Steuerung zu ermöglichen;
- Strategien und Instrumente für die bevorstehenden Herausforderungen in Ihrer Branche zu verstehen, basierend auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und bewährten Best Practices, und Ihre Navigation erfolgreich anzupassen;
- sich mit Gleichgesinnten innerhalb und außerhalb Ihrer Branche über die effektive Anwendung und die hinreichende Erfolgsmessung im Sales Management auszutauschen;
- sich auf die Planung konkreter Aktionen zu fokussieren, um das eigene Sales Management zu optimieren und zukünftig zu erweitern.

Die Inhalte basieren auf den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und praxiserprobtem Know-how und Do-how. Die Dozentinnen und Dozenten gehen gezielt auf spezifische Zielgruppenbedürfnisse ein und helfen so, den persönlichen „Return on Information“ zu maximieren.

Dieser Zertifikats-Lehrgang kann auf ausgewählte Master-Studiengänge angerechnet werden.

## Leistungsnachweise

Projektarbeiten, Abschlussarbeit & Abschlussprüfung unterstützen den unmittelbaren Transfer in die berufliche Praxis.

MODULE	PRÄSENZTAGE
<b>Strategien und Instrumente für Marketing &amp; Vertrieb</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Effektive, kundenorientierte Wertversprechen sowie deren Neukundengewinnung und Bindung mit Social Media</li> <li>• Mit der Customer Journey mehr Kundennähe und schnellere Kaufprozesse gestalten</li> <li>• Mit positiver Psychologie zu Happy Customers und Fans</li> <li>• Best Practices aus großen und kleinen Unternehmen</li> </ul>	2
<b>Vertriebspsychologie in Mehrkanalsystemen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertriebspsychologische Grundlagen</li> <li>• Angewandte Vertriebspsychologie</li> <li>• Vertriebspsychologische Trends</li> <li>• Verkaufs- &amp; Führungskompetenzen</li> </ul>	2
<b>Digitalisierung im Vertrieb</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale Transformation im Vertrieb verstehen</li> <li>• Go-To-Market Strategien im digitalen Zeitalter</li> <li>• KI im Vertriebsprozess</li> <li>• Digitales Verkaufen (Digital / Social Selling)</li> <li>• Integration von Vertrieb und Marketing</li> </ul>	2
<b>Mit KI zum intelligenteren Vertrieb</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der KI inklusive Historie, Generative KI, Daten, Datenschutz, Regulierungen und Ethik</li> <li>• Anwendungsfälle im Unternehmen und im Vertriebsumfeld</li> <li>• KI-Tools in Aktion</li> <li>• Entscheidungshilfen hinsichtlich „Make or Buy“</li> <li>• Intelligente Verkaufs-Assistenten und mehr in der Zukunft</li> </ul>	2

MODULE	PRÄSENZTAGE
<b>Business Plattform – Konzeption und Management</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzept und Funktionsweise von Plattform-Geschäftsmodellen</li> <li>• Instrumente und Prozesse vom bisherigen Business zur mehrseitigen Plattform</li> <li>• Vorbereitung und Steuerung der Markteinführung sowie nachhaltiges Plattform- und Ökosystem-Management</li> </ul>	2
<b>Innovatives Key Account Management</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategien zur Bearbeitung von Schlüsselkundinnen &amp; Schlüsselkunden</li> <li>• Bindung von Kundinnen &amp; Kunden</li> <li>• Die Rolle des KA Managers</li> <li>• Identifikation von Schlüsselkundinnen &amp; Schlüsselkunden</li> <li>• Digitalisierung &amp; Wertorientiertes Key Accounting</li> </ul>	2
<b>Hochperformante Vertriebssteuerung &amp; -controlling</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual Performance Management</li> <li>• Strategische Steuerung im Vertrieb</li> <li>• Finanzielle Vertriebskennzahlen</li> <li>• Kalkulation und Deckungsbeitragsrechnung</li> <li>• Strategische und finanzielle Zielsetzung, Incentivierung</li> <li>• Aktionsplanung mit OKR-Methode</li> </ul>	2
<b>Markenführung in Mehrkanalsystemen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung der Marke für den Vertrieb</li> <li>• Markenidentität und Markenpositionierung</li> <li>• Markenversprechen mittels Content Marketing in Mehrkanalsystemen</li> <li>• Marken- und Vertriebsstrukturen weiterentwickeln</li> <li>• Vertriebsmitarbeiter für die Marke begeistern</li> </ul>	2

8 MODULE | 16 PRÄSENZTAGE\* | 20 ECTS | DEUTSCH | EUR 5.450,-

\*exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Reflexionspapiere, Projektarbeiten, Abschlussarbeit u.ä.

