

Euroforum-Lehrgang in 10 schriftlichen Lektionen



# Marketing- und Vertriebscontrolling

## Strategische und operative Methoden im Fokus

- Zielgruppengerechte Kundengewinnung und -bindung
- Profitabilität des Kundenmanagements
- Management von Preisen und Konditionen
- Effizienz von Vertriebsprozessen und -kanälen
- Erfolgsüberprüfung von Marketingaktivitäten
- Bewertung von Dienstleistungen und Services

### Ehemalige Teilnehmer empfehlen:

„Kompakt, verständlich, gut zum selber lernen.“ Ute Wolff, ZF Friedrichshafen AG

„Mitmachen, es lohnt sich!“ Karolin Schmidt, Bittner+Krull Softwaresysteme GmbH

# Wer in die richtigen Kundensegmente investiert, gewinnt den Markt!

Fehlentscheidungen im Kundenmanagement kommen Unternehmen teuer zu stehen. Die Herausforderungen für Marketing und Vertrieb liegen darin, die wertvollsten Kunden und die erfolgversprechenden Kundensegmente auszumachen und gezielt in diese zu investieren. Hierzu müssen Sie auf Analysen, Kennzahlen und Reports zur Bestimmung der bestgeeigneten Marketinginstrumente sowie zur Gestaltung effizienter Verkaufsprozesse zurückgreifen können. Ein integrierendes Steuerungskonzept hilft Ihnen, die erforderlichen Daten zu gewinnen, aufzubereiten und auszuwerten.

Als Führungsverantwortlicher sowie als Fachkraft benötigen Sie ein solides Controlling-Know-how, um gesicherte Entscheidungen in Marketing, Vertrieb und Service zu treffen – und so den Erfolg Ihres Unternehmens zu steigern. Der von Experten ihres Fachs geschriebene Lehrgang „Marketing- und Vertriebscontrolling“ bietet Ihnen die erforderlichen Kenntnisse – anhand von Praxisbeispielen anschaulich dargestellt. Aufbauend auf einer Grundlagenlektion erläutern wir Ihnen in zehn Lektionen, welche Instrumente, Methoden und Kennzahlen wichtig sind und wie Sie mit diesen Ihre Marketing- und Vertriebsaktivitäten effektiv steuern.

Nutzen Sie dieses Angebot, um ein wettbewerbsüberlegenes Steuerungskonzept für Ihren Bereich oder Ihre Unternehmung zu entwickeln und zu optimieren. Werden Sie zum kompetenten Ansprechpartner für Ihre Geschäftsleitung und investieren Sie in die richtigen Kundensegmente, um den Markt für sich und Ihr Unternehmen zu gewinnen!



**Prof. Dr. Peter Winkelmann,**  
Studienschwerpunkt  
Marketing und Vertrieb,  
insbes. Vertriebssteuerung,  
Hochschule für angewandte  
Wissenschaften, Landshut,

InVIS – Institut für Vertrieboptimierung und  
Vertriebsinformationssysteme GmbH

**Fachliche Leitung**



**Wolfgang Zollner,**  
Dipl. Betriebswirt (FH),  
Geschäftsführer der  
Zollner Management-  
beratung, Dozent der  
IHK Akademie

**Fachliche Leitung**

## Der Lehrgang richtet sich an

- Führungskräfte auf Unternehmens- und Geschäftsbereichsebene, Kaufmännische Leiter
- Leiter und Mitarbeiter der Bereiche
  - Marketing
  - Key-Account-Management
  - Customer-Relationship-Management
  - Vertrieb
  - Außendienst
  - Service/Vertriebsunterstützung
- Controller

## Weitere Autoren



**Dr. Carsten Bange,**  
Business Applications  
Research Center  
(BARC) GmbH



**Ferenc Eikel,**  
CURRENTA GmbH & Co.OHG



**Andreas Fischer,**  
VHV Gruppe



**Prof. Dr. Ingrid Göpfert,**  
Philipps-Universität Marburg



**Fred Keßler,**  
INTERNATIONAL SALES &  
PROCESSES



**Dr. Manuel Piaszek,**  
Deloitte Consulting GmbH



**Dr. Georg Wübker,**  
Simon-Kucher & Partners

Informationen zu den Lebensläufen der  
Autoren finden Sie im Internet unter  
[www.euroforum-verlag.de/vertriebscontrolling](http://www.euroforum-verlag.de/vertriebscontrolling)

# Die Inhalte

## Die Grundlagen

### Vorbereitende Basislektion

#### Grundelemente und Aufgaben des Controlling von Marketing und Vertrieb

- Begriff, Definition, Funktion
- Marketing- und Vertriebscontrolling:
  - Notwendigkeit im Unternehmen
  - Vor- und Nachteile
  - Anpassung und Einführung
  - Instrumente zur Durchsetzung
- Deckungsbeitragsrechnung
- Vertriebsprobleme und ihre Ursachen
- Erfolgsfaktoren im Marketing
- Verbände, Institutionen, Organisationen

**Wolfgang Zollner**, Dipl. Betriebswirt (FH), Geschäftsführer der Zollner Managementberatung, Dozent der IHK Akademie

#### Unsere Erfahrung für Sie nutzbar gemacht:

*„Inhalte hervorragend aufbereitet; genau das richtige Maß an Aufwand für das Lernen neben dem Job.“*

Christian Koller, Adobe Systems GmbH

*„Der Lehrgang ist sehr gut strukturiert und eignet sich hervorragend zum autodidaktischen Lernen.“*

Annette Stehen, rhenag Rheinische Energie AG

### Lektion 1

#### Betriebswirtschaftliche Grundlagen von Kostenrechnung und Controlling

- Controllingkonzepte im Überblick
- Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Budgetierung
- Kosten- und Erfolgsrechnungssysteme
- Innovationen in Marketing und Vertrieb
- Fallbeispiele aus Industrie, Handel und Dienstleistung
- Prozesskostenrechnung für Efficient Consumer Response (ECR)
- Bewertung von Distributionsstrukturen, Vertriebskanälen, neuen Geschäftsmodellen

**Prof. Dr. Ingrid Göpfert**, Lehrstuhl für ABWL und Logistik, Philipps-Universität Marburg

## Die Instrumente

### Lektion 2

#### Instrumente des strategischen Controlling zur Steuerung von Markt, Kunden und Vertrieb

- Ziele und Aufgaben des strategischen Controlling
- Strategische Planungs-, Kontroll- und Informationsinstrumente
- Internationale Märkte bewerten und Marktanteile gewinnen
- Kunden bewerten und Neukunden gewinnen
- Vertriebsstrukturen/-prozesse bewerten und verbessern
- Marketing- und Vertriebsstrategien formulieren
- Balanced Scorecard zur Strategieumsetzung

**Prof. Dr. Ingrid Göpfert**

### Lektion 3

#### Instrumente des operativen Controlling zur Steuerung von Markt, Kunden und Vertrieb

- Deckungsbeitragsanalysen
- Break-Even-Analyse
- Kennzahlensysteme
- Budgetierung
- Umsatzanalysen
- Prozesskosten und Kostenschlüssel
- Plan-Ist-Analysen (Abgleich Soll- und Planwert)
- Auftragsstrukturanalyse

**Andreas Fischer**, Referent in der Abteilung Konzernbetriebswirtschaft, VHV Gruppe

### Lektion 4

#### Kundenmanagement und Steuerung der Front-End-Operations

- Status quo: Gebiets-/Konkurrenzanalyse, Kundenanalyse/-segmentierung, Kundendaten-Factbook
- Kundenmanagement: Gewinnung, Bewertung, Kontakt-/Netzwerkpflege
- Key-Account-Management/-Teams, Kleinkundenmanagement
- Kundenbindung/-zufriedenheit, Beschwerdemanagement
- Kundenentwicklungsplan
- Schlüsselkennzahlen

**Ferenc Eikel**, Leiter Key Account Management 2, CURRENTA GmbH & Co.OHG

## Lektion 5

### Management von Preisen und Konditionen

- Einführung ins Preismanagement/-controlling
- Preispositionierung
- Preisstrategie
- Preisfindung inkl. Preissetzung bei Markteinführung
- Preisdifferenzierung
- Management von (Sonder-)Konditionen
- Preismonitoring/-controlling
- Preisverhandlungen und -umsetzung

**Dr. Georg Wübker**, Managing Partner, Head of Global Banking,  
Simon-Kucher & Partners

## Der Kern

## Lektion 6

### Vertriebsprozess und Vertriebsprozesscontrolling

- Vertriebsprozess im Kontext von CRM
- Werttransportmodell
- Vertriebsprozess: Vorbereitung auf Kunden, Durchführung des Produktionsprozesses
- Vertriebsprozesscontrolling: Mitarbeiter führen/coachen, Umsätze/Erträge forecasten
- Produktionsprozess: Mitarbeiter rekrutieren
- Performancemanagement/Vergütung der Mitarbeiter
- Unterstützende Technologien

**Fred KeBler**, Geschäftsführer, INTERNATIONAL SALES & PROCESSES

## Lektion 7

### Marketingcontrolling

- Einführung ins Marketingcontrolling
- Grundlagen des Marketingcontrolling
- Vorgehen bei der Entwicklung des Marketingcontrolling
- Fallbeispiele
- Zusammenfassende Erkenntnisse

**Dr. Georg Wübker**

## Besondere Kompetenzfelder

## Lektion 8

### Direktmarketing

- Wirtschaftlicher Adressenkauf
- Messen der Adressqualität/Kosteneinsparung durch Adressdatenqualität
- Optimierung durch Segmentierung mittels Content und Zusatzinformationen
- Erfolgsmessung
- Eigene Adressdatenerfassung und Pflege

**Wolfgang Zollner**

## Lektion 9

### Business-Intelligence-Werkzeuge (BI): Software für das Marketing- und Vertriebscontrolling

- Anforderungen und Einsatzbereiche
- Softwarewerkzeuge für das Datenmanagement: Extraktion/Veränderung/Überführung von Daten, Data-Warehouse-Plattformen
- Softwarewerkzeuge am Anwenderarbeitsplatz:
  - Management Dashboards
  - Berichtswesen
  - Analyse, Data Mining
  - Planung
- Softwareauswahl: Auswahlkriterien

**Dr. Carsten Bange**, Geschäftsführender Gesellschafter,  
Business Applications Research Center (BARC) GmbH

## Lektion 10

### Spezielle Controllingaspekte für die Vermarktung immaterieller Leistungen (Dienst- und Serviceleistungen)

- Begriffsbeschreibung und Beispiele
- Bedeutung bei der Kundenbindung
- Rahmenbedingungen, z. B. Lizenzen und Wettbewerbsrecht
- Vorstellung des Controllingprozesses
- Beschreibung von Controllinginstrumenten
- Darstellung des Einsatzes von Controllinginstrumenten für die Vermarktung der immateriellen Leistungen



**Dr. Manuel Piaszek**, Manager, Deloitte Consulting GmbH

### Effektiv, fundiert, nachhaltig:

*„Dieser Lehrgang ist eine gut gelungene Symbiose aus theoretischen Grundlagen und Anwendbarkeit in der täglichen Praxis des Vertriebsgeschäfts.“*

Frank Schiekofer, Stadtwerke Düsseldorf AG

## Ihr Wissen ist unser Anliegen

-  Wöchentlich erhalten Sie eine Lektion per Post, deren Inhalte Sie sich erarbeiten, wann und wo Sie möchten.
-  Die Schriftunterlagen sind didaktisch auf das Selbststudium abgestimmt. Beispiele veranschaulichen die Anwendung in der Praxis, Übungen mit Lösungen am Ende jeder Lektion festigen das neu erworbene Wissen.

## Weiterbildung nach Ihrem eigenen Gusto

-  **Fachwissen aus erster Hand:**  
Für Sie gebündelt und didaktisch aufbereitet
-  **Geschlossenheit der Lektionen:**  
Lernschwerpunkte durch Sie individuell gewählt
-  **Beantwortung Ihrer Inhaltsfragen:**  
Kontakt zu den Experten auf Wunsch
-  **Dauerhafte Unterlagennutzung:**  
Nachschlagen, wann immer Sie wollen
-  **CD-ROM mit Suchindex:**  
Begriffe schnell gefunden
-  **Persönliches Teilnahmezertifikat:**  
Beleg Ihrer Wissenserweiterung

## Zeitplan

**Start:** 1. Oktober 2010

**Ende:** 3. Dezember 2010

Sie erhalten wöchentlich eine Lektion per Post.

## Infotelefon:

**02 11/96 86 – 31 72**

Sie haben Fragen?

Die Autoren und wir beantworten diese gern!



**Rechtsanwältin Ilka Pijowczyk**

Konzeption und Inhalt

Senior-Produktmanagerin Lehrgänge



**Anja Urban**

Organisation

Senior-Lehrgangskordinatorin

E-Mail: [anja.urban@euroforum.com](mailto:anja.urban@euroforum.com)



**Nutzen Sie die Vorteile einer Mehrfachbuchung!**

- Weiterbildung als Teamlösung ohne Reisekosten und ohne Fehlzeiten
- Flexibler Zeitplan nach Ihren Bedürfnissen
- Maßgeschneiderte Inhalte und Lernerfolgskontrolle auf Wunsch
- Auch Lizenzvergabe für firmenweite Nutzung möglich

Fordern Sie Ihr individuelles Angebot zum Vorteilspreis an und kontaktieren Sie

**Susanne Sehmisch**

Telefon: 02 11/96 86 – 31 55

E-Mail: [susanne.sehmisch@euroforum.com](mailto:susanne.sehmisch@euroforum.com)

[Kenn-Nummer]

# Marketing- und Vertriebscontrolling

## Zeitplan

Start: 1. Oktober 2010

Ende: 3. Dezember 2010

Jede Woche erhalten Sie eine Lektion per Post.

### Information und Anmeldung

Anja Urban

E-Mail: [anja.urban@euroforum.com](mailto:anja.urban@euroforum.com)

Telefon: 02 11/96 86-31 72

Fax: 02 11/96 86-41 50

Schriftlich: Euroforum Verlag,  
ein Geschäftsbereich der Euroforum Deutschland SE  
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf  
[www.euroforum-verlag.de/vertriebscontrolling](http://www.euroforum-verlag.de/vertriebscontrolling)

### Unsere Leistung

- 10 kompakte Lektionen
- Praxisbeispiele und Übungen mit Lösungen zu jeder Lektion
- Individuelle Betreuung durch Ihr Euroforum-Verlagsteam und die Autoren
- Zwei Sammelordner zur übersichtlichen Aufbewahrung der Lektionen
- Persönliches Teilnahme-Zertifikat
- EXTRA:
  - Basislektion als Einstieg in den Lehrgang
  - CD-ROM mit Suchindex

**Teilnahmebedingungen.** Der Preis für diesen Lehrgang beträgt € 1.899,- zzgl. MwSt. pro Person und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Sie können Ihre Bestellung innerhalb von 14 Tagen nach Eingang schriftlich widerrufen.

**Datenschutzinformation.** Der Euroforum Verlag ist ein Geschäftsbereich der Euroforum Deutschland SE. Die Euroforum Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der Euroforum Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

Ja, ich melde mich an für den Euroforum-Lehrgang „Marketing- und Vertriebscontrolling“ zum Preis von € 1.899,- zzgl. MwSt. pro Person. [P6100675M780]

In unserem Unternehmen interessieren sich \_\_\_ Personen für diesen Lehrgang. Bitte erstellen Sie uns ein individuelles Angebot zum Vorteilspreis.

Ich möchte meine Adresse wie angegeben korrigieren lassen.  
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

Name:

Position:

Abteilung:

E-Mail:

Die Euroforum Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren:  
Zusendung per E-Mail:  Ja  Nein      Zusendung per Fax:  Ja  Nein

Firma:

Ansprechpartner im Sekretariat:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

Fax:

Rechnung an (Name):

Abteilung:

Lieferung an (Anschrift):

Datum:       Unterschrift:

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme?  Ich selbst    oder     Name: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Per Fax an Anja Urban 02 11/96 86-41 50