SALES MANAGEMENT

Erfolgreich navigieren im Zeitalter digitaler Verkaufsstrategien und kundenorientierter Innovationen

Einführung

In einer Zeit sich rasant verändernder Kundenbedürfnisse und neuer technologischer Möglichkeiten wandelt sich auch der Vertrieb schnell: Er entwickelt sich zu einer datengetriebenen, kundenzentrierten Wachstumsfunktion, in der Customer Journey, Künstliche Intelligenz sowie Plattform- und Ökosystemdenken den entscheidenden Unterschied machen.

Der Zertifikats-Lehrgang „Sales Management" setzt genau hier an: Er vermittelt zeitgemäße Fähigkeiten für nachhaltigen Erfolg in Unternehmen jeglicher Größe und behandelt Aspekte wie die Identifikation neuer Kundenbedürfnisse, die Gestaltung innovativer Vertriebskanäle sowie die Bewertung und Integration von modernen Technologien im Vertriebsbereich. Einen besonderen Stellenwert nimmt dabei die digitale Transformation des Vertriebs ein: angetrieben durch kundenorientierte Innovation, integriert in das Customer-Journey-Managementkonzept und verbunden mit zukunftsfähigen Business-Plattform-Modellen.

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

Absolvent:innen werden befähigt

- die zentrale Bedeutung des Vertriebs für ihr Unternehmen zu erkennen und die Potenziale des Vertriebs als Wachstumstreiber 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;
- Wachstumsstrategien für die bevorstehenden Herausforderungen zu entwickeln, Vertriebsinstrumente einzusetzen und deren Navigation erfolgreich anzupassen;
- datenbasierte, KI-gestützte Entscheidungen zu treffen;
- 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
Strategien und Instrumente für Marketing & Vertrieb • Effektive, kundenorientierte Werteversprechen entwickeln • Neukundengewinnung und Bindung mit Social Media • Mit der Customer Journey mehr Kundennähe und schnellere Kaufprozesse gestalten • Mit positiver Psychologie zu Happy Customers und Fans • Best Practices aus großen und kleinen Unternehmen	2
Vertriebscontrolling & Vertriebssteuerung • Performance Management & Strategische Steuerung im Vertrieb • Einsatz von KI im Steuerungsprozess • Finanzielle Vertriebskennzahlen • Strategische und finanzielle Zielsetzung, Incentivierung • Aktionsplanung mit OKR-Methode	2
Digitalisierung im Vertrieb • Digitale Transformation im Vertrieb • Go-To-Market Strategien im digitalen Zeitalter • KI im Vertriebsprozess • Digitales Verkaufen: Digital / Social Selling • Integration von Vertrieb und Marketing	2
Innovatives Key Account Management • Strategien zur Bearbeitung von Schlüsselkundinnen & Schlüsselkunden • Bindung von Kundinnen & Kunden • Die Rolle des KA Managers • Identifikation von Schlüsselkundinnen & Schlüsselkunden • Digitalisierung & Wertorientiertes Key Accounting	2

MODULE	PRÄSENZTAGE
Vertriebspsychologie in Mehrkanalsystemen • Vertriebspsychologische Grundlagen • Angewandte Vertriebspsychologie • Vertriebspsychologische Trends • Zukunftsfähige Verkaufs- & Führungskompetenzen	2
Business Plattform: Konzeption und Management • Konzept und Funktionsweise von Plattform-Geschäftsmodellen • Instrumente und Prozesse vom bisherigen Business zur mehrseitigen Plattform • Vorbereitung und Steuerung der Markteinführung • Nachhaltiges Plattform- und Ökosystem-Management	2
Mit KI zum intelligenteren Vertrieb • Grundlagen der KI inklusive Historie, Generative KI, Daten, Datenschutz, Regulierungen & Ethik • Anwendungsfälle im Unternehmen und im Vertriebsumfeld • KI-Tools in Aktion • KI-gestützte Entscheidungshilfen hinsichtlich „Make or Buy“ • Intelligente Verkaufs-Assistenten	2
Markenführung in Mehrkanalsystemen • Bedeutung der Marke für den Vertrieb • Markenidentität und Markenpositionierung • Markenversprechen mittels Content Marketing in Mehrkanalsystemen • Marken- und Vertriebsstrukturen weiterentwickeln • Vertriebsmitarbeitende für die Marke begeistern	2

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

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