

Vertriebspartner- Management

Steigern Sie mit den richtigen Partnern Ihren Vertriebserfolg!

Implementierung und Optimierung eines effektiven Händler-/ Partner-Managements durch:

- ▶ Auswahl und Analyse der richtigen Vertriebspartner
- ▶ Festlegung geeigneter Auswahlkriterien
- ▶ Entwicklung und Optimierung der Händlerstrategie
- ▶ Wirkungsvolle Partnerbindungsinstrumente
- ▶ Effektive Steuerung der Partner
- ▶ Innovative Strategien zur Förderung des Vertriebsziels
- ▶ Zielvereinbarungen und leistungsorientierte Anreizsysteme

Hoher Lernerfolg
durch begrenzte
Teilnehmerzahl!

PRAXISBERICHTE

- ▶ Auswahl und strategische Entwicklung der Vertriebspartner bei der AXA Versicherung AG
- ▶ Einführung eines systematischen Händler-Managements bei der Danfoss Industrieautomatik GmbH

Das Seminarteam:

Dr. Nikolas Beutin
Hansjörg Stephan
Prof. Homburg & Partner GmbH
Andreas Dobratz
Stefan Graichen
Stephan Neuwirth
Danfoss Industrieautomatik GmbH
Achim Stams
AXA Versicherung AG

Die Termine:

4. und 5. November 2003
in München

24. und 25. November 2003
in Frankfurt am Main

8. und 9. Dezember 2003
in Köln


MANAGEMENTCIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Profitable Partner gewinnen und zielgerichtet weiterentwickeln!

Der Seminarleiter: Hansjörg Stephan,
freiberuflicher Management-Trainer und Consultant, **Prof. Homburg & Partner GmbH**, Mannheim

Mit zahlr.
Praxisbe

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen **ab 8.15 Uhr**

13.15 Gemeinsames Mittagessen

9.00 Herzlich Willkommen!

- ◆ Vorstellungsrunde
- ◆ Darstellung der Zielsetzung des Seminars
- ◆ Abstimmung der Erwartungen

14.45 Analyse des Marktes – Interne und externe Sicht

- ◆ Händlerbefragungen
 - Wie sehen die Vertriebspartner unser Unternehmen?
- ◆ Wettbewerbsanalysen
 - Welche Partner hat der Wettbewerb?
 - Wie sieht die Konkurrenz uns und unsere Partner?
- ◆ Eigeneinschätzung des Vertriebs
 - Wie sehen unsere Vertriebsmitarbeiter die Partner?

Hansjörg Stephan

9.15 Die Bedeutung eines Händler-/ Partner-Managements im heutigen Verdrängungswettbewerb – Status Quo und Ausblick

- ◆ Überblick
- ◆ Einordnung des Händler-/ Partner-Managements
- ◆ Differenzierte Ansätze in den unterschiedlichen Branchen
- ◆ Integration der Maßnahmen und die Wirkung auf den Endkunden
- ◆ Typische Problemfelder in der Zusammenarbeit mit Partnern/ Händlern
- ◆ Erfolgsfaktoren des Händler-Managements

Dr. Nikolas Beutin
Geschäftsführer,
Prof. Homburg & Partner GmbH, Mannheim

16.15 Kaffee- und Teepause

16.45 Auswahl und Entwicklung selbständiger Vertriebspartner

- ◆ Was sind die Hauptmotivatoren für Handelsvertreter?
- ◆ Welche Auswahlkriterien sollte man entsprechend anlegen?
- ◆ Wie sollte der Auswahlprozess gestaltet sein?
- ◆ Worauf kommt es beim Training der Vertriebspartner an?
- ◆ Welche Steuerungsinstrumente kann ich zur wirkungsvollen Lenkung der Partner einsetzen?
- ◆ Wie sollte die Umsetzung in die Praxis gestaltet werden?
- ◆ Was sind die kritischen Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung der Vertriebspartner?

Achim Stams
Direktor AXA Akademie,
AXA Versicherung AG, Köln

Praxisbericht

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 Analyse der bestehenden Partner – Wer sind meine profitablen Partner?

Mit einem Anwendungsbeispiel
aus der Teilnehmerrunde

- ◆ Methoden zur Beurteilung der Partner
 - Produkterfolgsrechnungen
 - Konditionensystem
 - Partner-/ Händlersegmentierung
 - Partner-/ Händlerbewertung/-klassifizierung
 - Prozessanalysen
- ◆ Analyse der Systeme

Hansjörg Stephan

18.15 Zusammenfassung der Ergebnisse durch den Seminarleiter und abschließende Diskussion

18.30 Ende des ersten Seminartages

Get-Together

Ausklang des **ersten Seminartages** in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit den Referenten und den Teilnehmern.

Vertriebsziele mit wirkungsvollen Strategien erreichen!

Der Seminarleiter:
Hansjörg Stephan

8.30 Begrüßung und Überleitung zum
2. Seminartag

8.40 Entwicklung und Optimierung der Partner-/ Händlerstrategie

- ◆ Integration in die Unternehmensstrategie
- ◆ Grundsätze des Partner-/ Händler-
Managements
- ◆ Leistungs- und Gegenleistungsprinzip
- ◆ Innovative Wege zur Förderung des
Vertriebsziels, z.B.: Umsatz, Absatz,
Deckungsbeitrag

Hansjörg Stephan

10.00 Kaffee- und Teepause

10.30 Ausgestaltung des Partner-/ Händler-Managements

- ◆ Organisation und Strukturen
- ◆ Prozesse
- ◆ Steuerungsmöglichkeiten der Partner
- ◆ Partnerschulung
- ◆ Führung und Kultur
- ◆ Mitarbeiter

Hansjörg Stephan

12.00 Gemeinsames Mittagessen

13.15 Einführung eines systematischen Händler-/ Vertriebspartner- Managements

- ◆ Ausgangssituation
- ◆ Beschreibung der Marktstruktur
- ◆ Erwartungen an die Händler
- ◆ Leistungspakete für die Händler – Schulung,
Rabattstrukturen, Übergabe der Kunden
- ◆ Umsetzungserfahrungen

Andreas Dobratz,
Geschäftsführer
oder Stefan Graichen,
Vertriebs- und Marketingleiter
oder Stephan Neuwirth,
Leiter Marketing und Channel Management,
Danfoss Industrieautomatik GmbH,
Kornthal-Münchingen

Praxisbericht

14.45 Kaffee- und Teepause

15.15 Implementierung, Monitoring und Kontrolle eines Partner-/ Händler-Managements

Übung: Entwicklung eines Händlerbindungsansatzes

- ◆ Ressourcenplanung und -kontrolle
- ◆ Anreizsystem und Zielvereinbarungen
- ◆ Business-Pläne
- ◆ Partner-/ Händlerbindungsinstrumente
- ◆ Systemintegration

Hansjörg Stephan

16.45 Zusammenfassung der Seminarergebnisse
und Abschlussdiskussion

17.00 Ende des Seminars

Bitte beachten Sie auch unsere Veranstaltung

Crashkurs Controlling für Marketing & Vertrieb

29. und 30. Oktober 2003 in Stuttgart
12. und 13. November 2003 in Düsseldorf
1. und 2. Dezember 2003 in Frankfurt am Main

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne
Eberhard Bergmann

Tel.: 0 61 96/ 47 22-803, Fax: 0 61 96/ 47 22-888
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

INHOUSE TRAINING

Zu diesen und anderen Themen bieten wir auch
firmeninterne Schulungen an. Wir beraten Sie gerne und
erstellen ein individuelles Angebot.



Achim Megdiche

Tel: 0 61 96/ 47 22-615
E-Mail: megdiche@managementcircle.de



Dirk Gollnick

Tel: 0 61 96/ 47 22-646
E-Mail: gollnick@managementcircle.de

Zum Seminarinhalt

Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten:

Gerade in Zeiten gesättigter Märkte ist es wichtig, mit der **richtigen Vertriebsstrategie** zu überzeugen und sein Produkt konsequent auf die Kundenbedürfnisse auszurichten. Um Ihre Vertriebsziele zu erreichen, brauchen Sie starke Partner an Ihrer Seite.

Die Erfahrungen zeigen jedoch, dass nicht alle Vertriebspartner die erforderliche Zielsetzung (Absatz, Umsatz, Margen, Deckungsbeitrag) erreichen und ein hoher Steuerungs- und Koordinationsbedarf bei Einbeziehung von Partnern entsteht.

Im Rahmen unseres Seminars werden Ihnen **wirkungsvolle Wege** gezeigt, um die **Zusammenarbeit** zwischen Ihnen und Ihren Vertriebspartnern zu **optimieren** und Ihren **Unternehmenserfolg** zu **steigern**.

Unsere praxiserfahrenen Referenten geben Ihnen Antwort auf folgende Fragen:

- ◆ Was sind die **typischen Problemfelder** bei der Zusammenarbeit?
- ◆ Was ist entscheidend für den **Auswahlprozess**?
- ◆ Welche **Steuerungsinstrumente** gibt es?
- ◆ Welche Informationen gewinnt man aus einer **Marktanalyse**?
- ◆ Wie kann die **Händlerstrategie** optimiert werden?
- ◆ Wie motivieren Sie Ihre Partner durch wirkungsvolle **Zielvereinbarungen** und **Anreizsysteme**?
- ◆ Welche Methoden eignen sich zur **Partnerbindung**?

Ergänzt werden die Lerninhalte durch **Praxisberichte**.

Im Erfahrungsbericht der **AXA Versicherung AG** steht die Auswahl und Entwicklung der Vertriebspartner im Mittelpunkt. Lernen Sie, wie Sie den Auswahlprozess effektiv gestalten und mit welchen Elementen Sie Ihre Partner wirkungsvoll steuern können.

Der Praxisbericht der **Danfoss Industrieautomatik GmbH** beschäftigt sich mit den erfolgskritischen Faktoren, die bei der Einführung eines effektiven Partnermanagements zu berücksichtigen sind.

Nutzen Sie das Know-how unserer Experten, um Ihre **Partnerstrategie** auf **Best Practice Niveau** auszurichten! Sie erhalten ein Portfolio an erfolgreichen praxiserprobten Instrumenten zur Optimierung Ihres Vertriebspartner-Managements.

Sollten Sie Fragen zu Inhalt und Konzeption des Seminars haben, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.



Mary J. Pommelil

Konferenz Managerin

Telefon: 0 61 96/ 47 22-602

E-Mail: ponmelil@managementcircle.de

Das Seminarteam

Dr. Nikolas Beutin ist Geschäftsführer und Partner der **Prof. Homburg & Partner GmbH**, Mannheim, einer international tätigen Unternehmensberatung, die Unternehmen verschiedener Branchen in den Bereichen Strategie, Marketing und Vertrieb berät. Seit fünf Jahren berät er Unternehmen im Bereich kundenorientierte Unternehmensführung. Nach dem Studium war er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing an der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung (WHU Koblenz) und der Universität Mannheim.

Andreas Dobratz ist seit 2002 Geschäftsführer der **Danfoss Industrieautomatik GmbH** in Korntal-Münchingen. Zuvor hatte er mehrere Jahre die Funktion des Vertriebsleiters inne.

Stefan Graichen, Dipl.-Ing. Elektrotechnik, ist seit 2003 Vertriebs- und Marketingleiter bei der **Danfoss Industrieautomatik GmbH** in Korntal-Münchingen. Zu den Aufgabenschwerpunkten zählen die Betreuung von Key-Accounts, Leitung des Bereichs Marketing, Vertriebsinnendienst und die Steuerung des Vertriebsaußendienstes für Deutschland. Stefan Graichen begann seine berufliche Laufbahn als Projektleiter in der MSR-Technik (Prozessleittechnik) bei Hartmann & Braun in Frankfurt. Ferner war er Niederlassungsleiter Vertrieb Süddeutschland und im Anschluss als Bereichsleiter Automatisierung und Anlagentechnik für ein Unternehmen aus dem Invensys-Konzern tätig.

Stephan Neuwirth, Dipl.-Ing. (FH) und Master of Business Marketing (MBM), ist seit 2003 Leiter Marketing und Channel Management bei der **Danfoss Industrieautomatik GmbH** in Korntal-Münchingen. Er begann seine berufliche Laufbahn als Technischer Betriebsleiter bei der Eloxalwerk Ludwigsburg Helmut Zerrer GmbH. Zu den Schwerpunkten seiner jetzigen Tätigkeit zählen die Steuerung sämtlicher Marketingaktivitäten und das Entwickeln und Umsetzen des Händler- und Partnerkonzeptes.

Achim Stams, Dipl.-Psych., ist seit 1994 bei der **AXA Versicherung AG** in Köln tätig, seit 2002 als Direktor der neu gegründeten AXA Akademie. Seine Schwerpunkte liegen in der zentralen Leitung und Steuerung des bundesweiten Trainings- und Weiterbildungsangebots für den Innen- und Außendienst im AXA Konzern. Neben anderen Aufgaben verantwortete Achim Stams über viele Jahre hinweg die systematische Suche und Auswahl von Vertriebspartnern in der Assekuranz. Er begann seine berufliche Laufbahn in einer Personalberatung, bevor er 1993 für die Versicherungsbranche tätig wurde, zunächst in Hamburg bei der Hanse-Merkur Versicherungsgruppe.

Hansjörg Stephan ist freiberuflicher Management-Trainer und Consultant bei der **Prof. Homburg & Partner GmbH** in Mannheim sowie Doktorand bei Prof. Homburg, Universität Mannheim. Während seiner beruflichen Laufbahn war er 6 Jahre in verschiedenen Managementpositionen in Marketing und Vertrieb bei der Beiersdorf AG (Marke: NIVEA) in Hamburg tätig. Zuletzt verantwortete er als Key Account Manager einen Umsatz von € 100 Mio.

Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

Sie möchten mit den richtigen Partnern Ihre Vertriebsfolge sichern durch:

- ① **Systematische Entwicklung und Kontrolle eines Vertriebspartner-Managements**
- ② **Optimierung der Händlerstrategie**
- ③ **Zielvereinbarungen und leistungsorientierte Anreizsysteme**
- ④ **Effektive Instrumente zur Partnerbindung**

Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Dieses Seminar richtet sich an **Fach- und Führungskräfte**, die sich mit der **Rekrutierung** und der **Entwicklung von Vertriebspartnern** beschäftigen sowie an **leitende Mitarbeiter** aus den Bereichen **Vertrieb, Vertriebspartner-Management, Verkauf und Marketing, Key Account Management** und **Produktmanagement**. Darüber hinaus sind **Mitglieder der Geschäftsleitung** und des **Vorstandes** angesprochen.

Termine und Veranstaltungsorte

4. und 5. November 2003 in München

Hilton München Park
Am Tücherpark 7, 80538 München
Tel.: 089/ 38 45-0, Fax: 089/ 38 45-25 88
E-Mail: muchitwrm@hilton.com

24. und 25. November 2003 in Frankfurt am Main

Sheraton Frankfurt
Flughafen Terminal 1, 60549 Frankfurt
Tel.: 069/ 69 77-0, Fax: 069/ 69 77-2 209
E-Mail: salesfrankfurt@sheraton.com

8. und 9. Dezember 2003 in Köln

Renaissance Köln Hotel
Magnusstraße 20, 50672 Köln
Tel.: 02 21/ 20 34-0, Fax: 02 21/ 20 34-777
E-Mail: rhi.cgrrn.dors@renaissancehotels.com

Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie Ihre **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im betreffenden Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Ihre Service-Hotlines

Anmeldung:  **Bettina Gräf**
Telefon: 0 61 96/ 47 22-701 oder
0 61 96/ 47 22-0 (Telefonzentrale)
Fax: 0 61 96/ 47 22-999
Per Post: Management Circle AG
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/ Ts.
Hauptstraße 129, 65760 Eschborn/ Ts.
E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Kundenservice: **Eberhard Bergmann**
Telefon: 0 61 96/ 47 22-803 (Fax: -888)
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

Adressänderung: **Susanne Pietsch**
Telefon: 0 61 96/ 47 22-589 (Fax: -562)
E-Mail: marketing@managementcircle.de

Hinweis nach §28 VI BDSG: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten.

Die Teilnahmegebühr für diese zweitägige Veranstaltung beträgt inklusive Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und Dokumentation € 1.495,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10 % Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor dem gewählten Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Bei Stornierung der Anmeldung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Die Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt.

Vertriebspartner-Management

Ich/ Wir nehme(n) teil:

- 4. und 5. November 2003 in München** 11-42221ws
 24. und 25. November 2003 in Frankfurt/ M. 11-42222
 8. und 9. Dezember 2003 in Köln 12-42223

1 NAME/ VORNAME _____
 POSITION/ ABTEILUNG _____

2 NAME/ VORNAME _____
 POSITION/ ABTEILUNG _____

3 NAME/ VORNAME _____
 POSITION/ ABTEILUNG _____

MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

FIRMENNAME _____

STRASSE/ POSTFACH _____

PLZ/ ORT _____

TELEFON/ FAX _____

E-MAIL _____
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN VON MANAGEMENT CIRCLE ZU ERHALTEN)

DATUM _____ UNTERSCHRIFT _____

ANSPRECHPARTNER/ IN IM SEKRETARIAT: _____

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: _____ ABTEILUNG _____

RECHNUNG BITTE AN: _____ ABTEILUNG _____

Bitte rufen Sie mich an, ich interessiere mich für

- Inhouse-Trainings
 E-Learning
 Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Mit kompetenten Bildungsleistungen garantieren wir durch unsere Erfahrung Fach- und Führungskräften nachhaltigen Lernerfolg. Unser Angebot: Vom praxisnahen Seminar bis zur richtungsweisenden Kongressmesse – von der individuellen Bildungsberatung bis zum innovativen E-Learning (www.webacad.de). Mit über 40.000 Teilnehmern bei unseren Präsenzveranstaltungen im Jahr 2002 gehört die Management Circle AG zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum.

www.managementcircle.de – Hier anmelden!

-10%