

BWLM6069: VERTRIEBSPLANUNG UND VERKAUF

Ziele der Lehrveranstaltung

Das Ziel der LV besteht darin, Studierende an die grundlegenden Modelle, Konzepte und Methoden des Vertriebs und des Verkaufs heranzuführen. Insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen können bei professionellem methodischen Umgang mit diesen Kompetenzen erhebliche Potenziale für den betrieblichen Erfolg genutzt werden. Studierende lernen, den Vertriebsprozess ganzheitlich zu planen und zu gestalten. Dies bezieht sich sowohl auf die strategisch-planerische Komponente des Vertriebs als auch auf die Entwicklung von Fähigkeiten für den Verkauf. Die erworbenen Kompetenzen sind im Rahmen der zu erbringenden Prüfungsleistung unter Einbeziehung multimedialer Anwendungen zu dokumentieren.

Inhalte und Themen

Theorien zu Marketing und Sales, Customer Relationship Management, Customer Care Management, Lead Management, Direct Marketing, Verkaufsprozess, Verhandlung

Literatur

Auerbach, H.: Der Unternehmer auf dem Vertriebsparkett, oder: Der Tanz mit den Kunden, in: Zdrowomyslaw, N. (Hrsg.): Grundzüge des Mittelstandsmanagements, Gernsbach 2013, S. 161-179

Calvin, R.J.: Sales Management

Good, B.: Prospecting Your Way to Sales Success

Kennedy, D.: The Ultimate Sales Letter: Attract New Customers. Boost Your Sales: Attract New Customers, Get Face Time, Boost Your Sales

Hofbauer, G.; Hellwig, C.: Professionelles Vertriebsmanagement, 2. Aufl., Erlangen 2009

Webb, M.J.; Gorman, T.: Sales and Marketing the Six SIGMA Way

Rackham, N.: Rethinking the Sales Force: Redefining Selling to Create and Capture Customer Value

Roberts, R.R.; Kraynak, K.: 52 Weeks of Sales Success: America's #1 Salesman Shows You How to Send Sales Soaring!: America's Number One Salesman Shows You How to Send Sales Soaring

Schiffman, S.: The #1 Sales Team: Superior Techniques for Maximum Performance

BWLM6069: Vertriebsplanung & Verkauf

- | | |
|--------|---|
| Sep 24 | Ziele, Inhalte und Aufbau der Lehrveranstaltung, Prüfungsleistung
Vertriebsmodelle in der Praxis |
| Okt 1 | Demand: Kunden analysieren und Nachfrage wecken |
| 8 | Intelligence: Marktpotenzial und Markttrends, Wettbewerbsanalyse |
| 15 | Strategy: Sales Funnel und Lead-Generation |
| 22 | Commitment: Verkaufspräsentation, Einwandbehandlung |
| 29 | Ongoing Business: cross-selling und up-selling, Kundenbindung |
| Nov 5 | Kick off Videoprojekt |
| 12 | Storyboard - Shooting Footage - Final Cut |
| 19 | Blockwoche |
| 26 | <u>Storyboard</u> - Shooting Footage - Final Cut |
| Dez 3 | Storyboard - <u>Shooting Footage</u> - Final Cut |
| 10 | Storyboard - Shooting Footage - <u>Final Cut</u> |
| 17 | Präsentation |
| Jan 7 | 360 Grad-Feedback |