

STRATEGISCHES VERKAUFSMANAGEMENT

Dauer: 2 × 4 Tage

80

Strategisches Verkaufsmanagement schafft die Voraussetzungen für Verkaufserfolg. Es stellt die Weichen. Es sorgt dafür, dass Markterfolg nicht abgehoben und praxisfremd, sondern markt- und kundennah geplant und realisiert wird.

Strategisches Verkaufsmanagement ist eng verzahnt mit Unternehmens- und Geschäftsstrategien. Es hilft, Visionen, Technologie- und Finanzstrategien auf das einzig Beständige auszurichten: Den Kunden und den Markt. Und es orientiert sich an jenen Werten, die alleine eine Unternehmung auf Erfolgskurs halten: Finden von neuen Kundenpotenzialen, Optimieren von Kundennutzen, Steuerung der Kundenzufriedenheit. Erst ein überdurchschnittlicher «Customer Value» sorgt, via den Transmissions-Mechanismus von starken Marktpositionen in attraktiven Märkten, für überdurchschnittliche Rentabilität und nachhaltige Wertsteigerung.

Das Strategische Verkaufsmanagement ist ein Schlüssel zum Erfolg. Dieses in systematischer, methodisch untermauerter und praxisgerechter Form darzustellen, ist das Konzept dieses anspruchsvollen 2-teiligen Programms.

PROGRAMM

Teil 1:

Zuerst schafft ein 4-tägiges Seminar zu markt- und kundenrelevanten Strategiemodellen die Basis für das nachfolgende Verkaufsmanagement Seminar.

Teil 2:

4-tägiges Seminar zu den Konzepten und Umsetzungsprogrammen des Verkaufsmanagements.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte mit Verantwortung für Verkaufserfolg
- Key Account-Manager
- Verkaufs- und Vertriebsmanager
- Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer
- Verantwortliche für Länder, Regionen, Kundengruppen, Produkte und Produktlinien
- Verantwortliche für nationale, internationale oder globale Verkaufsstrategien
- Führungskräfte, die Ansätze für vermehrte Umsetzungskraft im Verkauf suchen

THEMENSCHWERPUNKTE

Strategische Voraussetzungen für Verkaufserfolg

- Die Analyse der strategischen Voraussetzungen
- Chancen und Gefahren für das eigene Geschäftsmodell erkennen
- Die Entscheidungen und Vorgaben aus dem strategischen Management

Strategische Zielvorgaben

- Strategische Leitplanken für die Verkaufsstrategie
- Die richtige Unternehmensstrategie als Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit
- Die Verknüpfung von Unternehmensstrategie und strategischem Verkaufsmanagement

Geschäftsstrategie

- Planung des Verkaufserfolgs in Form von präzisen Geschäftsstrategien
- Empirische Erkenntnisse, wissenschaftliche Studien und Best Practices zur Formulierung markt- und kundennaher Geschäftsstrategien

Starke Marktpositionen

- Typologie von Marktpositionen
- Wie starke, verteidigungsfähige und rentable Marktpositionen aufgebaut werden
- Wie bestehende Marktpositionen ausgebaut und verteidigt werden

Kernkompetenzen

- Die Kernkompetenz-Matrix
- Kernkompetenzen zur Steigerung von Marktanteil sowie für Business Development einsetzen

Prioritäten und Schwerpunktbildung

- Portfolio-Entscheidungen
- Klare Prioritäten setzen
- Die Steuerung der Ressourcen
- Fokussierung und Konzentration der Kräfte

Kundennahe Strukturen

- Geschäftsfelder und Organisationsstrukturen
- Kundennähe und Kundenorientierung dank richtiger Strukturgestaltung
- Virtuelle Strukturen als Wachstumsbeschleuniger

Customer Value und Kundenbedürfnisse

- Kundenbedürfnisse und Kundenprobleme
- Differenzierung als Notwendigkeit
- Kontinuierlicher Ausbau des Customer Values

Neue Geschäftsfelder

- Suche nach neuen Umsatz- und Gewinnpotenzialen
- Einstieg in neue Märkte
- Aufbau neuer Zielgruppen und neuer Verwendersegmente
- Gewinnen von Neukunden
- Veränderung der Märkte
- Wie neue Technologien die Märkte revolutionieren
- Aufbau der Geschäftsbeziehungen der Zukunft

Verkauf als Erfolgsfaktor

- St.Galler Verkaufs- und Vertriebsansatz
- Die Verkaufspolitik wirkungsvoll gestalten
- Umsetzung der strategischen Vorgaben und Ziele im Verkauf

Verkaufsstrategie

- Instrumente und Methoden
- Kundensegmentierungs-Modell als Basis
- Kundenpotentiale als Chance
- Wichtigste Analysen
- Optionen
- Die bestmögliche Verkaufsstrategie erarbeiten

Verkaufskonzept

- Die Zielkunden identifizieren
- Wahl des Verkaufs-Approach
- Alternative Verkaufs- und Vertriebskonzepte
- Optimierung der bestehenden Verkaufsorganisation
- Aufbau neuer Verkaufskanäle

Schlüsselkunden richtig betreuen

- Den Kunden verstehen
- Erfolgreiches Key Account Management
- Life Cycle Betrachtung im Verkauf
- Beziehungsmanagement und Folgegeschäft

Führung im Verkauf

- Verkäufer führen
- Planung, Budgetierung und Controlling im Verkauf
- Vom Business Plan zur Umsetzung am Verkaufspunkt
- Verkäufer als zentrale Schlüsselmitarbeitende für die Implementierung

SEMINARDATEN

8945	Teil 1: 25.–28.08.2025, St. Gallen Teil 2: 08.–11.09.2025, Brunnen
8965	Teil 1: 27.–30.10.2025, Davos Teil 2: 04.–07.11.2025, Köln, DE
8975	Teil 1: 27.–30.10.2025, Davos Teil 2: 03.–06.02.2026, Davos
8985	Teil 1: 24.–27.11.2025, Luzern Teil 2: 03.–06.02.2026, Davos
8916	Teil 1: 19.–22.01.2026, Luzern Teil 2: 03.–06.02.2026, Davos
826	Teil 1: 16.–19.03.2026, Davos Teil 2: 28.09.–01.10.2026, Stuttgart, DE

Seminargebühr

CHF 9500.–* (zzgl. 8.1% MWST)**

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

** länderspezifische MWST für Seminare ausserhalb der Schweiz.

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische
Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

ADMINISTRATION, ORGANISATION UND ANMELDUNG

Unser oberstes Ziel ist es, Ihnen aktuelles Management-Wissen in praxisnaher Form zu vermitteln. Inhalt und Ablauf der Seminare werden dabei so weit als möglich an die spezifischen Anforderungen der Teilnehmenden angepasst, um eine Umsetzung der Konzepte und Methoden in der eigenen Praxis zu begünstigen.

Unser Weiterbildungsangebot ist dazu in Module gegliedert, welche jeweils in sich geschlossen, zugleich aber themenspezifisch kombinierbar sind. Dadurch ist es möglich, auch umfassende Programme durch geeignete Kombination der Module sehr individuell an die Bedürfnisse unserer Kunden anzupassen.

Gerne erläutern wir Ihnen die Vorzüge dieses Konzeptes oder beraten Sie bei der Auswahl des für Sie optimalen Angebots.

Die nachfolgenden administrativen Hinweise ermöglichen Ihnen einen reibungslosen Ablauf Ihrer Anmeldung. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung

Bestätigung/Zertifikat

Nach Eingang Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen umgehend eine schriftliche Anmeldebestätigung sowie die Rechnung für die Seminar-/Studiengebühr zu. Über den Besuch des Kurses erhalten Sie nach Abschluss des letzten Programmtails eine Teilnahmebescheinigung bzw. ein Zertifikat.

Seminar-/Studiengebühr/Euro/MWST

Die Seminar-/Studiengebühr beinhaltet das Kurshonorar (zzgl. 8.1% MWST) sowie umfassende Kursunterlagen. Bei Durchführung ausserhalb der Schweiz gelten die MWST-Sätze des entsprechenden Landes. Unterkunft und Verpflegung sowie Tagespauschale sind in der Studiengebühr nicht enthalten und müssen individuell vor Ort beglichen werden. Werden nur Teile eines Seminars besucht, so können die versäumten Semintage nicht nachgeholt werden. Es besteht auch kein Anspruch auf Rückerstattung der Seminargebühr. Rechnungsstellung in Euro möglich.

Umbuchungen/Stornierung

Umbuchungen von einer Seminar- oder Diplombuchung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 400.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und

6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminar- resp. Diplomgebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Diplomgebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werktage vor Seminarbeginn erfolgt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der SGM I Management Institut St. Gallen AG, die Sie im Internet unter www.smp.ch/agb finden.

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Hotel

Seminare werden in der Regel in Hotels durchgeführt. Sie profitieren dabei von einer preisgünstigen Seminarpauschale. Es steht Ihnen selbstverständlich frei, eine andere Unterkunft zu wählen. In jedem Fall ist aber eine Tagespauschale direkt an das Hotel zu entrichten.

Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie detaillierte Hotelinformationen sowie ein Zimmerreservationsblatt, welches Sie bitte umgehend ausgefüllt an uns retournieren. Wir übernehmen dann in Ihrem Auftrag die Hotelreservation. Das Hotel stellt Ihnen dann bei Abreise individuell Rechnung.

ANMELDUNG

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung.

Bitte melden Sie sich per Anmeldeformular auf der entsprechenden Produktwebseite auf www.smp.ch an oder per E-Mail an seminare@smp.ch mit Angabe der entsprechenden Produktinformation. Besten Dank.

Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Sollten für ein Seminar keine freien Plätze mehr verfügbar sein, so werden Sie unverzüglich darüber informiert. Ein teilweiser Besuch mehrteiliger Programme ist im Einzelfall nach individueller Abklärung möglich.

Kleinere Programmänderungen bleiben vorbehalten, sofern sie den Seminarerfolg begünstigen

SMP
Management Programm St. Gallen
Haggenpark, Oberstrasse 275
CH-9014 St. Gallen
Telefon +41 71 244 55 55
seminare@smp.ch
www.smp.ch