

5. NORDDEUTSCHER VERTRIEBSTAG

> LÜNEBURG > 11. MAI 2012

LEUPHANA UNIVERSITÄT LÜNEBURG



Erfolgsmodell Kundenorientierung

Richtig denken · richtig machen · richtig verdienen!

Best Practices von B2B-Marktführern

5. NORDDEUTSCHER VERTRIEBSTAG



Der Marketing-Club Lüneburger Heide e. V. (MCLH) veranstaltet zum fünften Mal den Norddeutschen Vertriebstag. Er steht dieses Jahr unter dem wichtigen Rahmenthema:



„Erfolgsmodell Kundenorientierung“ Richtig denken · richtig machen · richtig verdienen!



Auch im B2B-Vertrieb ist Kundenorientierung unbestritten ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Aber oft denken und handeln Mitarbeiter und Führungskräfte noch zu sehr produktorientiert.

- Wie erreicht man eine wirklich kundenorientierte Kundenbearbeitung, ohne dabei die Rentabilität der Kundenbeziehungen zu vergessen?
 - Welche organisatorischen Voraussetzungen sind dafür nötig?
 - Und wie kann der Einsatz von Social Media die Kundenorientierung stärken?
- Antworten auf diese und viele weitere Fragen geben Vertriebsexperten aus Wissenschaft und Praxis, die über Ihre Erkenntnisse und Erfahrungen sprechen.

Die ganztägige Tagung richtet sich an alle, die in B2B-Unternehmen aller Branchen Verantwortung für den Vertriebs Erfolg tragen: Unternehmer, Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Marketingleiter.

Wie in den vergangenen Jahren enthalten die Fachvorträge und Best Practice Beispiele **konkrete Handlungsempfehlungen** für die Optimierung der Vertriebsarbeit.

Gerade für mittelständische Unternehmen ist das diesjährige Thema von besonderer Bedeutung. Denn bei scharfem Wettbewerb können nur solche Unternehmen erfolgreich bleiben, die ihre Vertriebsstrategie konsequent kundenorientiert ausrichten.




Wir freuen uns, Sie am 11. Mai 2012 in Lüneburg zu begrüßen.




Sascha-Juliot Köhler
Gf. Vorstand MCLH e.V.




Prof. Dr. Jürgen Lürssen
Präsident MCLH e.V.



PS: Nutzen Sie auch die bequeme und einfache Anmeldung im Internet:
www.norddeutscher-vertriebstag.de

EIN GANZER TAG HOCHKARÄTIGES WISSEN AUS ERSTER HAND!



BEST PRACTICES VON UND MIT MARKTFÜHRERN

Mehr Gewinn bei gleichem Aufwand – Professionelles Management der Kundenorientierung nach Kundenwert > Prof. Dr. Jürgen Lürssen

- Voraussetzungen für echte Kundenorientierung
- Kundenwerte berechnen und Kundengruppen nach Kundenwert bilden
- Maßgeschneiderte Kundenorientierung für jede Kundengruppe
- Tipps für die praktische Umsetzung

Verkaufschancen durch mehr Kundenorientierung verbessern > Matthias Blanke

- Erkennen grundlegender Kundenbedürfnisse als Voraussetzung für erfolgreiche Kundensegmentierung und nachhaltige Kundenbeziehungen
- Wie kommt man schneller zu den wesentlichen Kundeninformationen?
- Wo ist der Stellhebel für wahre Kundenorientierung beim Kunden vor Ort?
- Motivation durch Kommunikation mittels CRM

Kundenorientierte Unternehmenstransformation > John-Paul Pieper

- Ermittlung von Kundenwünschen durch kontinuierliche Kundendialoge

- Auf dieser Basis radikale Anpassungen des Produktportfolios seit 2009
- Reorganisationsprogramm zur Qualitätssicherung im Service-Bereich
- Neuaufstellung der Vertriebskanäle für ein optimiertes Kundenerlebnis

Absoluter Kundenfokus als Erfolgsrezept im After-Sales-Geschäft > Dr. Frank Schröder

- Echte Kundenorientierung im Kundenkontakt
- Aktiv statt reaktiv – Servicepotenziale ergründen und nutzen
- Kontinuierliche Verbesserung als Garant für den Erfolg
- Transparenz und Nachhaltigkeit von Serviceprozessen

Social Media im B2B-Geschäft am Fallbeispiel KUKA Roboter > Dr. Andreas Bauer

- Sind Social Media für Investitionsgüterhersteller relevant, oder: Viel Lärm um nichts?
- Was sind Ziele und Erfolgsfaktoren von Social Media-Aktivitäten im Rahmen der Kundenorientierung?
- Erfolgsmessung als Basis einer Kosten-Nutzenbewertung, oder: Theorie und Praxis
- Lessons learned, oder: Was würden wir heute anders machen?



PROF. DR. JÜRGEN LÜRSEN

Institut für Marketing > Leuphana
Universität Lüneburg

Nach BWL-Studium und Pro-
motion war Prof. Dr. Jürgen

Lürssen insgesamt 17 Jahre lang erfolgreich im Marketing- und Vertriebsmanagement zweier Großunternehmen der Konsumgüterindustrie tätig. Sein Karriereweg führte vom Marketing-Assistenten bis zum Alleingeschäftsführer einer europäischen Vertriebsgesellschaft. Seit 1999 ist er Professor für Marketing und Vertrieb in Lüneburg – zunächst an der Fachhochschule, seit 2005 an der Leuphana Universität.



DR. FRANK SCHRÖDER

Director Parts & Service >
Terex Demag GmbH Zweibrücken

Dr. Frank Schröder leitet seit
Mitte 2009 bei Terex Demag
den Bereich Service und

Ersatzteile. Nach seinem Maschinenbau-Studium hat er an der TU München im Fachbereich Förder-technik/Materialfluss/Logistik promoviert. Sein Weg bei Terex Demag führte nach verschiedenen Aufgaben in der Forschung & Entwicklung in den Bereich Service bis hin zur heutigen Position.



MATTHIAS BLANKE

Leiter Marketing >
Dataplot GmbH Henstedt-Ulzburg

Matthias Blanke verfügt
über mehr als 15 Jahre
Erfahrung in strategischen

und operativen Leitungsfunktionen in Marketing, Vertrieb und CRM bei Dataplot und zuvor bei KUHNKE Automation. Dort konzentrierte er sich schwerpunktmäßig auf die Verbesserung der kundenorientierten Prozesse. 2008 wurde KUHNKE Automation mit dem CRM Best Practice Award für exzellentes Kundenmanagement auf der CRM Expo in Nürnberg ausgezeichnet.



DR. ANDREAS BAUER

Director Marketing >
KUKA Roboter GmbH Augsburg

Dr. Andreas Bauer ist seit
2001 verantwortlich für
die Bereiche Strategisches

Marketing und Global Branding bei der weltweit tätigen KUKA Robot Group, Europas Marktführer für Industrieroboter. Nach Abschluss seines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums trug er in verschiedenen Unternehmen der Investitionsgüterbranche Verantwortung u.a. für Vertriebssteuerung, Controlling und Internationale Marketing-Strategien.



JOHN-PAUL PIEPER

Leiter Vertriebsstrategie Firmenkun-
den > Vodafone D2 GmbH Düsseldorf

John-Paul Pieper begann
seine Karriere bei Voda-
fone im Direktvertrieb für

Großkunden. Nach Positionen in der Vermarktungssteuerung und der Produktentwicklung für Firmenkunden folgten Stationen im B2B Online Marketing und in der Stabsstelle des Direktors SME Deutschland. Seit 2011 verantwortet er die Vertriebsstrategie- und -kanalentwicklung für die direkten und indirekten Firmenkunden-Vertriebskanäle von Vodafone Deutschland.

UNTERSTÜTZER



VDMA Landesverband Nord

VERANSTALTUNGORT



Hauptcampus > Scharnhorststr.1 > 21335 Lüneburg

DAS PROGRAMM > 11. MAI 2012

8.30 Uhr > 9.00 Uhr	Check-in der Teilnehmer	
9.00 Uhr > 9.10 Uhr	Eröffnung der Tagung	
9.10 Uhr > 10.00 Uhr	Mehr Gewinn bei gleichem Aufwand - Professionelles Management der Kundenorientierung nach Kundenwert	Prof. Dr. Jürgen Lürssen Institut für Marketing > Leuphana Universität Lüneburg
10.00 Uhr > 10.25 Uhr	Kaffeepause	
10.25 Uhr > 11.15 Uhr	Verkaufschancen durch mehr Kundenorientierung verbessern - Best Practice: Mehr Geschäft durch Kundenorientierung statt Produktorientierung	Matthias Blanke Leiter Marketing > Dataplot GmbH
11.15 Uhr > 11.40 Uhr	Kaffeepause	
11.40 Uhr > 12.30 Uhr	Kundenorientierte Unternehmenstransformation Best Practice: Anpassung von Angebot und Organisation an die Wünsche der Kunden	John-Paul Pieper Leiter Vertriebsstrategie & Vertriebskanalentwicklung Firmenkundengeschäft > Vodafone D2 GmbH
12.30 Uhr > 12.45 Uhr	Diskussionsrunde mit den Referenten	
12.45 Uhr > 14.00 Uhr	Mittagspause	
14.00 Uhr > 14.50 Uhr	Absoluter Kundenfokus als Erfolgsrezept im After-Sales-Geschäft Best Practice: Top-zufriedene Servicekunden bringen mehr Umsatz	Dr. Frank Schröder Director Parts & Services > Terex Demag GmbH
14.50 Uhr > 15.20 Uhr	Kaffeepause	
15.20 Uhr > 16.10 Uhr	Social Media im B2B-Geschäft Best Practice: Kundenorientierter Einsatz von Facebook usw. bei KUKA Roboter	Dr. Andreas Bauer Director Marketing > KUKA Roboter GmbH
16.10 Uhr > 16.30 Uhr	Abschluss- und Diskussionsrunde mit den Referenten	
ab 16.30 Uhr	Stay together mit Getränken und Snacks	

UNSERE PARTNER



Ganz gleich, ob täglicher Briefversand oder gezielte Werbung per Post: Unsere Dialog Marketing Fachwirte beraten Sie gerne ganz persönlich - von Konzeption über Kreation bis zur Postauflieferung. > www.dmcenter-hamburg.de

PAWLIK

Die Pawlik Sales Consultants AG berät nationale und internationale Unternehmen in allen vertriebsrelevanten Bereichen und unterstützt sie bei der Optimierung ihrer Vertriebsleistung. > www.pawlik.de



Arbeitet Ihr Unternehmen auf Weltklasse-Niveau? Das Competence Centrum mittelständische Industrie bietet Beratung für die Bereiche Entwicklung, Einkauf, Produktion, Logistik, Administration und Vertrieb in Industrie, Handel und Dienstleistung. > www.ccmi.de

MEDIENPARTNER



www.salesbusiness.de



www.marketingreview.ch



www.callcenter-profi.de

1. Vor- und Nachname

Position/Abteilung

2. Vor- und Nachname

Position/Abteilung

3. Vor- und Nachname

Position/Abteilung

Firmenname

E-Mail-Adresse (Bitte unbedingt angeben - so erhalten Sie schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung)

Straße oder Postfach

PLZ und Ort

Telefon

Datum

Ich bin:

Marketing-Club-Mitglied

Student**

Mitglied von:

AGA

DDV

HWK

VDMA

AV

Pawlik Sales Consultants AG

Fax

Unterschrift



> QR-Code scannen und direkt und bequem die Online-Anmeldung nutzen!

SO MELDEN SIE SICH AN

Ihre Anmeldung - per Brief, Fax oder E-Mail - wird bis zum **30. April 2012** erbeten. Nutzen Sie auch die bequeme und einfache Anmeldung im Internet: www.norddeutscher-vertriebstag.de. Die Teilnehmepätze werden in der Reihenfolge der eingehenden Anmeldungen reserviert. Mit der Anmeldung wird der Tagungsbeitrag fällig.

Schnellentscheider* erhalten bei Anmeldung bis zum 31. März 2012:

1. Je ein Arbeitsheft „Vertriebskompetenz: Kundenorientiertes Handeln“
2. ab dem zweiten Teilnehmer 10% Rabatt auf den regulären Beitrag.

Der Tagungsbeitrag beinhaltet Getränke und Verpflegung in den Pausen und am Ende der Veranstaltung sowie ein Drei-Gänge-Mittagsmenü.

Eine kostenlose Stornierung ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn schriftlich möglich. Bis 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird der halbe, danach der gesamte Tagungsbeitrag erhoben.

Tagungsbeitrag	295 EUR
Beitrag für Mitglieder der oben aufgeführten Organisationen	250 EUR
Beitrag für Marketing-Club-Mitglieder	250 EUR
Beitrag für Studierende**	20 EUR

**Als Student gilt, wer als akademische Erstausbildung ein Vollzeit-Studium absolviert.

*Der Frühbucherbonus gilt nicht für Anmeldungen von Studenten.

Für weitere Informationen und die Anmeldung wenden Sie sich bitte an:

Marketing-Club Lüneburger Heide Service UG

Munstermannskamp 1 > 21335 Lüneburg

Fon: 04131 - 78 98 455 > Fax: 04131 - 78 98 457

E-Mail: anmeldung@norddeutscher-vertriebstag.de

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

5. NORDDEUTSCHER VERTRIEBSTAG

> WAS SIE ERWARTEN DÜRFEN

WAS SIE ERWARTEN DÜRFEN:

Hochkarätige Experten werden erfolgreiche Strategien für mehr Kundenorientierung vorstellen. Sie werden die Chancen und Möglichkeiten erkennen, wie Sie die Kundenorientierung in Ihrem Unternehmen verbessern und damit Ihren Vertriebs Erfolg steigern können.

IHR NUTZEN:

- Sie informieren sich aus erster Hand, wie Sie Ihre kundenorientierten Vertriebsstrategie optimieren können.
- Sie profitieren von den Erfahrungen der Best-Practice-Vorzeigeunternehmen.
- Sie erfahren die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse über Kundenorientierung im Vertrieb.
- Sie erhalten ganz konkrete Handlungsempfehlungen für die Optimierung Ihres Vertriebs.

WEN SIE TREFFEN WERDEN:

Unternehmer, Geschäftsführer und Vorstände mittelständischer Unternehmen aus ganz Norddeutschland, sowie Leiter und Führungskräfte der Bereiche Vertrieb, Verkauf, Marketing und Kundendienst.



VORTEILE NUR FÜR SCHNELLENTSCHEIDER

Bei Ihrer Anmeldung bis zum 31. März 2012 gilt:

1. Für jede angemeldete Personen erhalten Sie ein Arbeitsheft „Vertriebskompetenz: Kundenorientiertes Handeln“ der Pawlik Sales AG im Wert von 35 EUR.
2. Zusätzlich erhalten Sie ab dem zweiten angemeldeten Teilnehmer einen Preisnachlass von 10 % auf den regulären Tagungsbeitrag.