

Produkt:	S001 Strategieentwicklung im Vertrieb
Ausgangslage:	Hektik, Alltagsgeschäft, der dringende nächste Auftrag und Improvisation prägen oft den Alltag im Vertrieb. Da bleibt wenig Zeit, sich Gedanken über die grundsätzliche Ausrichtung und Entwicklung des Vertriebs zu machen. Fehlende Fokussierung auf das Wesentliche und Verschwendung von Ressourcen sind die Folge. Entscheidungen werden intuitiv und ohne klaren Zielbeitrag getroffen. Eine klar festgelegte, kommunizierte und von den Mitarbeitern verstandene Strategie existiert nur selten: ist sie doch der Leuchtturm in den Niederungen des Alltags, der den Mitarbeitern täglich Orientierung bei den notwendigen Entscheidungen bietet.
Ziele:	Die Teilnehmer <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Funktion und Bedeutung einer Strategie für ein Unternehmen • kennen die Schritte zur Entwicklung einer Strategie für ihr Unternehmen • haben die ersten Ansätze zur Entwicklung der Unternehmensstrategie angewandt • wissen, wie sie die noch fehlenden Daten/Informationen ergänzen können • kennen die wesentlichen Aufgaben des Managements zur Umsetzung und Verankerung der Strategie bei den Mitarbeitern • haben das Verhalten des Managements ihres Unternehmens kritisch reflektiert und Veränderungspotenziale formuliert
Zielgruppe:	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsführer • Vertriebsleiter
Nutzen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung von Entscheidungs- und Handlungssicherheit, dadurch Reduzierung von Fehlentscheidungen und -handlungen für alle Mitarbeiter eines Unternehmens • Durch fundierte Aussagen eine verbesserte Einstufung bei Ratings (Basel II) • Vermeidung von Blindleistung
Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Strategieentwicklung - Methoden, Vorgehen • Mission - Vision - Sinnkonzept • Istanalyse des Vertriebsbereichs: Kunden, Finanzen, Mitarbeiter, Prozesse • Produktportfolio, Mitarbeiterportfolio, Prozesslandschaft morgen • Strategische und operative Balanced Scorecard - Strategische Erfolgsfaktoren zur Steuerung des Vertriebs • Leadership und Changemanagement als Erfolgsfaktoren bei der Umsetzung der Veränderungen
Aufwand:	3 Tage
Bemerkungen:	Vorhandene Unternehmensstrategien können eingebracht werden