



Institut für Marketing

Universität St.Gallen

Prof. Dr. Christian Belz
Prof. Dr. Christian Schmitz
Dufourstr. 40a
CH-9000 St. Gallen
Tel.: +41 71 224 28 20
Fax: +41 71 224 28 35
christian.belz@unisg.ch
www.ifm.unisg.ch



Hochleistungsverkauf auf der richtigen Welle

Entwicklungsprogramm: Sales Driven Company 2018

Programm zur Zusammenarbeit von Prof. Dr. Christian Belz (Universität St. Gallen) und Prof. Dr. Christian Schmitz (Ruhr-Universität Bochum).

Sales Driven Company ist ein Entwicklungsprogramm im Verkauf. Unternehmenspartner definieren gemeinsam mit den Universitäten St. Gallen und Bochum die relevanten Themen zur Professionalisierung des Verkaufs und erzielen dazu wichtige Fortschritte.

Unternehmenspartner beteiligen sich mit den Verantwortlichen im Verkauf und einem jährlichen Betrag von SFR. 40'000. Im Entwicklungsprogramm lassen sich verschiedene Mitglieder des Verkaufsteams (je nach Thema) einbeziehen. Gegenüber individuellen Weiterbildungen betrifft diese Form damit ein Verkaufsmanagement-Team und die Beteiligten arbeiten aktiv an den Themen mit.

Dieses Programm stützt sich auf den Austausch mit den bestehenden Partnern AXA, Biomed, Gallus, Geberit und Depuy Synthes/Johnson&Johnson am Sales Innovation Day vom 29.9.2017. Selektiv suchen wir weitere, interessante Partnerunternehmen. Das Entwicklungsprogramm beschreibt eine ausführliche, getrennte Unterlage.

Sales Driven Company: Entwicklung zum exzellenten Vertrieb - Programm 2018

Termin	Anlass
	Grosse Veränderungen mit dem Verkauf initiieren und umsetzen
20. und 21. Februar 2018; Arbeit von 10.00 bis 18.00 Uhr mit anschliessendem Nachtessen (1. Tag) und 09.00-13.00 Uhr (2. Tag)	Der Verkauf hält mit den geforderten Zusatzaufgaben und Leistungssteigerungen nicht Schritt. Die Schere zwischen Anspruch und Wirklichkeit wird grösser. Deshalb versuchen Verantwortliche den angestammten Verkauf zu flankieren und ihm Aufgaben abzunehmen. Typisch sind Key Account Management, Smart Account Management, neue Kanäle und Inside Sales. Dabei wahren Unternehmen aber meistens den Besitzstand der Verkäufer und honorieren damit Leistungen, die er nicht selbst erbringt.
Im Schloss Wartegg, Rorschacherberg	Fragen: Welche Trends und Veränderungen im Verkauf stehen an? Wie können wir den Verkauf auf eine Reise mitnehmen, die manche Zuständigkeiten, Verkaufsinhalte, Kundenprioritäten oder Kanalprioritäten verändern? Wie wird der Verkauf von 'der heiligen Kuh' zur dynamischen Truppe? Mit Prof. Dr. Christian Belz, Otto Belz und den Experten der beteiligten Unternehmen. Interessant für Bereichsverantwortliche, Vertriebsmanager und Vertriebsentwickler.
	Kundenprozesse im Verkauf – den Kunden wirksam zum Kauf führen
10. und 11. April 2018; Arbeit von 10.00 bis 18.00 Uhr mit anschliessendem Nachtessen (1. Tag) und 09.00-13.00 Uhr (2. Tag)	Auf den Kundenprozess müssen sich Anbieter fokussieren. Der Kaufentscheid ist nur eine Folge. Es genügt nicht, die Vor- und Nachteile eines Angebotes für den Kunden für den Zeitpunkt des endgültigen Entscheides für ein Ja oder Nein zu saldieren. Jeder Schritt des Kunden ist mit Vor- und Nachteilen verbunden. An jedem Schritt kann der Kunde abbrechen oder mit Wettbewerbern weiterfahren, an jedem Schritt gestalten Unternehmen.
Im Schloss Wartegg, Rorschacherberg	Fragen: Wie erfassen wir Kaufprozesse, wie strukturieren wir sie? Wie lässt sich mit zahlreichen Touch Points, Kanälen und Instrumenten ein Schwung im Kaufprozess des Kunden erreichen und aufrechterhalten? Wie lässt sich der Kunde für eine Initiative, ein Investitionsprojekt, eine neue Lösung motivieren? Gelingt es früher im Kaufprozess des Kunden einzusteigen? Wie lassen sich frühe Schritte für den Kunden aktiv und attraktiv begleiten? Wie lässt sich die Qualifikation des Kunden für optimale Kaufprozesse und –entscheide steigern? Wie bewegen wir die wichtigen beteiligten Personen des Kunden dazu, die Verantwortung zu übernehmen und sich aktiv

für gute Lösungen zu engagieren? Wie begleiten wir das Buying Center wirksam im gesamten Kaufprozess? Können wir dem Kunden sichere Alternativen gegenüber einer formalisierten Beschaffung oder Ausschreibungen bieten? Wie lässt sich der Kunde besser herausfordern, führen, entwickeln? Gelingt es, typische Ursachen für versandete Kundenprojekte zu erfassen und dagegen anzugehen? Wie fördern und nutzen wir die Initiative des Kunden?

Mit Prof. Dr. Christian Belz, Max Pahl und den Experten der beteiligten Unternehmen.

Interessant für Bereichsverantwortliche, Vertriebsmanager und Vertriebsentwickler, Verkaufgruppenleiter und Marketingverantwortliche.

8. und 9. Mai 2018

In den Räumen der
Universität St.Gallen

Essenz in Marketing und Verkauf

Abschiedsvorlesung und Fachdialog für Marketing des Instituts für Marketing am 8. und 9. Mai 2018

Ansätze für Marketing und Vertrieb schiessen wie Pilze aus dem Boden und wirken zunehmend wie modische Accessoires. Wo sollen Unternehmen ansetzen und kraftvoll bewegen, um aktuelle und zukünftige Erfolge zu erreichen? Hier liegt der Akzent für die Abschiedsvorlesung von Prof. Dr. Christian Belz und den Fachdialog für Marketing. Stichworte sind Relevanz, Augenmass, Kraft und Umsetzung.

- Vorabend vom 8. Mai 2018, öffentliche Abschiedsvorlesung von Prof. Dr. Christian Belz zum Thema ‚Essenz im Marketing‘ - Vortrag von 18.15 bis 19.00 Uhr im Audimax der Universität St. Gallen, anschliessend Apéro an der HSG und gemeinsames Nachtessen in der Lokremise St. Gallen
- Fachdialog für Marketing am 9. Mai 2018 zum Thema Essenz im Marketing - Dialog von Forschung und Praxis zu relevanten Fragen in Marketing und Vertrieb im Weiterbildungszentrum / Executive Campus der Universität St. Gallen

Forscher und Praktiker berichten über wichtige Fortschritte und zukünftige Fragen für die Disziplinen von Marketing und Vertrieb. Melden Sie sich bereits an (doris.maurer@unisg.ch) oder blockieren Sie sich mindestens den Termin. Rechtzeitig informieren wir Sie mit dem ausführlichen Programm.

Digitalisierung im Verkauf konkret nutzen

27. und 28. August 2018; Arbeit von 10.00 bis 18.00 Uhr mit anschliessendem Nachtessen (1. Tag) und 09.00-13.00 Uhr (2. Tag)

Im Schloss Wartegg, Rorschacherberg

Digitalisierung ist omnipräsent und betrifft auch den Verkauf. Ratsam ist es, nicht über grosse Trends zu diskutieren, sondern die sinnvolle Digitalisierung vorzubereiten und schrittweise konkrete Anwendungen umzusetzen. Dabei verstärkt Digitalisierung oft eingeschlagene Wege der Professionalisierung im Verkauf.

Fragen: Wie digitalisiert der Einkauf? Welche Verkaufsprozesse lassen sich standardisieren und multiplizieren? Wie lässt sich Digitalisierung im Verkauf sinnvoll in wichtige Aufgaben strukturieren? Wo sind die Best Practices der Digitalisierung im Verkauf? Lässt sich der teure Verkaufseinsatz besser vorbereiten? Welche einfachen Transaktionen lassen sich an das Internet delegieren? Wie spielen Digitalisierung und Multichannel-Management zusammen? Was ist der mögliche Impact der Digitalisierung?

Mit Prof. Dr. Christian Schmitz, Ruhr Universität Bochum, den beteiligten Experten der Unternehmen und Gastreferenten.

Interessant für Bereichsverantwortliche, Vertriebsmanager und Vertriebsentwickler.

Sales Innovation Day 2018

04. Oktober 2018; Arbeit von 09.30 bis 16.00 Uhr

Im Weiterbildungszentrum der Universität St. Gallen

Einige Fragen: Was sind relevante, neue Ergebnisse zum Verkauf? Was haben wir erreicht? Wie können wir besser zusammenarbeiten? Bei welchen Themen setzen wir die Akzente für 2018?

Mit den Professoren Dr. Christian Belz und Dr. Christian Schmitz und den beteiligten Experten der Unternehmen.

Interessant für die Entscheider im Unternehmen, die Sales Driven Company unterstützen und Schlüsselpersonen, die eine Übersicht der Ergebnisse brauchen und die Zukunft der Zusammenarbeit prägen wollen.

Weitere Termine kommen bei Bedarf dazu. Bei allen Anlässen sind genügend Teilnehmende eine Voraussetzung. Unternehmensbezogene **Fachgespräche, Workshops, Fragen zu Publikationen** mit Christian Belz und Christian Schmitz lassen sich laufend einbeziehen. Bestehende Projekte mit Studierenden oder Masterarbeiten gehen weiter, Neues lässt sich aufgreifen. Die Initiative liegt bei den Unternehmen.

An den Workshops erproben wir, wie weit sich die Lösungen der beteiligten Unternehmen mehr herausfordern und gezielt vertiefen lassen. Challenge und besondere Interessen zu den besonderen Unternehmen sind die Hinweise.

Sales Driven Company begleiten wir mit verschiedenen, grösseren Forschungsprojekten. Bisherige Themen waren beispielsweise KPI's im Vertrieb, Firstline Sales Manager, Value Selling, Digitalisierung im Vertrieb, Key Account

Management auf dem Prüfstand und Sales Excellence Development. Damit investieren wir in eine umfassende Entwicklungsarbeit.

Themen für Masterarbeiten können laufend von Unternehmen bei Christian Belz oder Christian Schmitz vorgeschlagen werden. Den Einsatz von **Studierendengruppen** für Unternehmen (Anwendungsprojekte für 3 Semester) entscheiden wir jeweils Mitte August und Mitte November (wobei ein Beginn im Herbst weit besser funktioniert).

Beteiligte

Aus dem Bereich der Forschung und des Instituts engagieren sich für das Programm besonders (neben spezialisierten Doktoranden):



Prof. Dr. Christian Belz ist Ordinarius für Marketing an der Universität St. Gallen und Direktor am Institut für Marketing, welches er von 1990 bis 2014 leitete. Das Institut für Marketing mit rund 30 Mitarbeitern führt die Kompetenzen Marketinginnovation, Multichannel, Marktbearbeitung und Marketingperformance sowie B-to-B-Marketing. Christian Belz koordiniert das übergeordnete Marketingdepartment der HSG mit rund 14 Marketing- und Kommunikations-professoren. Er publizierte bisher rund 40 Bücher und 500 Fachartikel zu Marketing- und Vertriebsthemen und ist Verwaltungsrat in mehreren Unternehmen.

Erreichbarkeit: christian.belz@unisg.ch; www.ifm.unisg.ch



Otto Belz ist Inhaber und Geschäftsführer der Persens AG St. Gallen (Felsenstrasse 88, 9001 St. Gallen). Er befasst sich mit verschiedenen Unternehmen mit der Organisation und Professionalisierung des Verkaufs.

Erreichbarkeit: otto.belz@persens.ch



Prof. Dr. Christian Schmitz ist Lehrstuhlinhaber am Sales & Marketing Department der Ruhr-Universität Bochum, davor war er Leiter des Kompetenzzentrums für Business-to-Business Marketing am Institut für Marketing der Universität St. Gallen. Seine Forschungsschwerpunkte sind Vertriebsmanagement, Vertriebsorganisation und Kundenmanagement. Er ist Autor von Büchern und zahlreichen Artikeln u.a. zu Kleinkundenmanagement, Vertriebskomplexität und Vertriebssteuerung. Prof. Schmitz berät Unternehmen in Fragen der richtigen Marktorganisation, der Führung von Vertriebsmitarbeitern und der optimalen Bearbeitung des Kundenportfolios.

Erreichbarkeit: christian.schmitz@rub.de; www.sales-und-marketing-department.de