

Diplomlehrgang

Vertriebsmanagement



Modulbeschreibungen

Inhaltsverzeichnis

1	Aufbau des Diplomlehrgangs Vertriebsmanagement	3
2	Modul Vertriebsmanagement und KPI	4
3	Modul Verkaufsstrategien.....	5
4	Modul Verhandlungsführung und Verkaufsgespräche	6
5	Modul Kunden:innenanalyse und CRM	7
6	Modul Kunden:innenbindungsprogramme	8
7	Modul Kommunikationspsychologie	9
8	Modul Interkulturelle Kunden:innenbeziehungen	10
9	Modul Digital Marketing	11

1 Aufbau des Diplomlehrgangs Vertriebsmanagement

Modulname	Arbeitsaufwand in Stunden	entspricht in ECTS umgerechnet	Prüfungsformat
Vertriebsmanagement und KPI	50	2	Online-Prüfung
Verkaufsstrategien	50	2	Online-Prüfung
Verhandlungsführung und Verkaufsgespräche	50	2	Online-Prüfung
Kunden:innenanalyse und CRM	50	2	Online-Prüfung
Kunden:innenbindungs- programme	50	2	Online-Prüfung
Kommunikationspsychologie	50	2	Online-Prüfung
Interkulturelle Kunden:innenbeziehungen	50	2	Online-Prüfung
Digital Marketing	50	2	Online-Prüfung
Summe	400	16	

2 Modul Vertriebsmanagement und KPI

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Vertriebsmanagement und KPI
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, ... definieren die Teilnehmer:innen die 7 Ps im Vertrieb. ... können die Teilnehmer:innen die Elemente der Vertriebspolitik und Vertriebsstrategie benennen. ... bewerten die Teilnehmer:innen die Zusammenhänge zwischen Marktgegebenheiten, Strategieoptionen, Prozessen und Abläufen von Vertriebsorganisationen. ... leiten die Teilnehmer:innen aus den Unternehmenszielen eine Vertriebsstrategie. ... verstehen die Teilnehmer:innen die Notwendigkeit zum Aufbau eines Key-Account-Management. ... setzen die Teilnehmer:innen die Instrumente des Value-Based-Selling und Solution-Selling ein. ... bewerten und interpretieren die Teilnehmer:innen die Key-Performance-Indikatoren (KPI) für den Vertriebsbereich.
Modulinhalte	• 7 P's im Vertrieb • Vertriebspolitik und -strategie • Key-Account-Management • Value-Based-Selling vs. Solution-Selling • Steuerung von Vertriebsorganisationen • Performance Indikatoren - KPIs • Cross Selling
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

3 Modul Verkaufsstrategien

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Verkaufsstrategien
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, ... benennen die Teilnehmer:innen unterschiedliche Verkaufsstrategien in der Customer-Journey. ... kennen die Teilnehmer:innen das Sender-Empfänger-Modell. ... bewerten die Teilnehmer:innen die Kunden:innenbedürfnisse und Motive im Verkauf. ... kennen die Teilnehmer:innen die Buyer-Persona-Kundenanalyse. ... formulieren die Teilnehmer:innen Niedrig- und Hochpreisstrategien auf Basis der Vertriebsziele. ... beurteilen die Teilnehmer:innen die psychologische Preisgestaltung und können dieses Wissen bei Preisverhandlungen integrieren. ... optimieren die Teilnehmer:innen Kommunikationsmuster und -techniken im Verkauf und reflektieren das Kommunikationsverhalten.
Modulinhalte	• Verkaufsstrategien und Customer-Journey • Kunden:innenbedürfnisse und Motive • Buyer-Persona-Kundenanalyse • Ankerpreise • Verbale und nonverbale Kommunikation im Verkauf • A/B-Testing • Aufbau eines Verkaufsgesprächs
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

4 Modul Verhandlungsführung und Verkaufsgespräche

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Verhandlungsführung und Verkaufsgespräche
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, ... kennen die Teilnehmer:innen das Harvard-Konzept. ... beschreiben die Teilnehmer:innen Verhandlungsfallen und finden Lösungen um zu win-win-Vereinbarungen zu kommen. ... entwickeln die Teilnehmer:innen Strategien zur Vertrauensbildung und vertiefung. ... bewerten die Teilnehmer:innen die Rechtebasierte und Machtbasierten Verhandlungsstrategien. ... kennen die Teilnehmer:innen die Grundkonzepte von BATNA (Best Alternative To a Negotiated Agreement) und ZOPA (Zone Of Possible Agreement) und wenden sie an. ... können die Teilnehmer:innen Verhandlungstypen unterscheiden. ... bewerten die Teilnehmer:innen „unfaire“ Verhandlungstechniken und können Empfehlungen für deren Umgang geben.
Modulinhalte	• Verhandlungsfallen • Harvard-Konzept • Win-win und Lose-Lose-Vereinbarungen • Konfliktbehandlung und -lösung in Verhandlungen • BATNA und ZOPA • Prinzipien der Verkaufsgesprächsführung • Abschlusstechniken
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

5 Modul Kunden:innenanalyse und CRM

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Kunden:innenanalyse und CRM
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, ... sind die Teilnehmer:innen in der Lage die Ziele des Customer-Experience-Managements zu beschreiben. ... benennen die Teilnehmer:innen die verschiedenen Methoden der Bedürfnisanalyse wie z.B. Fokusgruppenbefragung, Qualitatives Interview, Befragung. ... bewerten die Teilnehmer:innen die Vorteile des Multi-Channel-Managements. ... erkennen die Teilnehmer:innen die verschiedenen Kunden:innen- und Zielgruppen mit Hilfe von Analysemethoden. ... beurteilen die Teilnehmer:innen Ansätze zur Segmentierung von Kunden:innen und bewerten das Kaufverhalten von Kunden:innengruppen. ... erstellen die Teilnehmer:innen eine Kunden:innenprofitabilitätsanalyse. ... erkennen die Teilnehmer:innen die Neukunden:innengewinnung als wichtigen Bestandteil für das Wachstum eines Unternehmens.
Modulinhalte	• Customer-Experience-Management • Zielgruppenanalyse • Customer-Lifetime Value • ABC-Kunden:innenanalyse • Cross-Selling-Analyse • Churn-Management • CRM versus CEM
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

6 Modul Kunden:innenbindungsprogramme

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Kunden:innenbindungsprogramme
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, ... sind die Teilnehmer:innen in der Lage die Vorteile von Kunden:innenbindungsprogrammen zu benennen. ... bewerten die Teilnehmer:innen die Elemente im Customer Relationship Marketing-Mix. ... grenzen die Teilnehmer:innen Kunden:innenloyalität und Kunden:innenbindung ab. ... lernen die Teilnehmer:innen das CRM zur Unterstützung für Kunden:innenbindungsprogrammen einzusetzen. ... benennen die Teilnehmer:innen die Grundlagen und Treiber der Kunden:innenbindung. ... sind die Teilnehmer:innen in der Lage verschiedene Möglichkeiten der Bindung von Kunden:innen vorzuschlagen. ... entwickeln die Teilnehmer:innen verschiedene Kunden:innenbindungsprogramme z.B. Punktbasierte Programme, Wertbasierte Programme, Ausgabenbasierte Programme
Modulinhalte	• Vorteile der Kunden:innenbindungsprogramme • Kunden:innenloyalität versus Kunden:innenbindung • Erfolgsanalyse von Kunden:innenbindungsprogrammen • Kunden:innenbindungsstrategien • Kunden:innenkarten • Rabatte und Boni als Faktoren in der Preispolitik • Wertbasierte Kunden:innenbindungsprogramme
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

7 Modul Kommunikationspsychologie

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Kommunikationspsychologie
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, ... sind die Teilnehmer:innen in der Lage die Kommunikationstechniken anzuwenden z.B. Aktives Zuhören, Fragen stellen, Feedback geben. ... bewerten die Teilnehmer:innen die verbalen und nonverbalen Elemente der Kommunikation. ... verstehen die Teilnehmer:innen das Sender-Empfänger-Model. ... können die Teilnehmer:innen das NLP-Kommunikationsmodell und dessen Nutzen bewerten. ... verstehen die Teilnehmer:innen zukünftige Auswirkungen von Künstlicher Intelligenz und Virtual Reality auf die Kommunikation. ... schätzen die Teilnehmer:innen individuelle und kulturelle Unterschiede in der Kommunikation ein und grenzen sie von Stereotypen ab. ... bewerten die Teilnehmer:innen die Macht der Sprache und Grenzen der Kommunikation.
Modulinhalte	• Kommunikationstechniken • Verbale und nonverbale Kommunikation • Kommunikation in Organisationen • NLP-Kommunikationsmodell • Individuelle und kulturelle Unterschiede in der Kommunikation • KI und Virtual Reality • Macht von Sprache
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

8 Modul Interkulturelle Kunden:innenbeziehungen

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Interkulturelle Kunden:innenbeziehungen
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, ... sind die Teilnehmer:innen in der Lage die Funktionen von Kultur zu erläutern. ... beschreiben die Teilnehmer:innen die Entwicklung vom Ethno-Marketing zum interkulturellen Marketing. ... bewerten die Teilnehmer:innen den Unterschied von Interkulturalität und Transkulturalität. ... benennen die Teilnehmer:innen interkulturelle Dimensionen von Kommunikation. ... sind die Teilnehmer:innen in der Lage Bilder, Farben und Symbolik als interkulturelle Dimensionen zu bewerten. ... unterscheiden die Teilnehmer:innen westliche und östliche Herangehensweisen bei Verhandlungen. ... deuten die Teilnehmer:innen interkulturelle Missverständnisse und interpretieren die Auswirkungen.
Modulinhalte	• Funktionen von Kultur • Interkulturalität versus Transkulturalität • Ethno-Marketing versus Interkulturelles Marketing • Interkulturelle Dimension von Kommunikation • Westliche und östliche Verhandlungsstile • Bilder, Farben und Symbolik im interkulturellen Kontext • Interkulturelle Kompetenz als Voraussetzung für erfolgreiches CRM
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

9 Modul Digital Marketing

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Digital Marketing
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, ... bewerten die Teilnehmer:innen unterschiedliche Digital Marketing Strategien. ... erkennen die Teilnehmer:innen die Wichtigkeit der Customer Touchpoints im Online-Marketings. ... formulieren die Teilnehmer:innen die Kriterien für eine erfolgreiche Website. ... entwickeln die Teilnehmer:innen Ansätze für hohe Sichtbarkeit und Conversions bei der Customer Journey. ... erkennen die Teilnehmer:innen die zentrale Wichtigkeit der Zielgruppenansprache und fokussierten Botschaft als Erfolgsfaktor im digitalen Marketing um die Kunden zu erreichen. ... lernen die Teilnehmer:innen die Social-Media Plattformen kennen und bewerten sie für die Zielgruppenansprache. ... erkennen die Teilnehmer:innen wie Influencer Marketing funktioniert.
Modulinhalte	• Digital Marketing Strategien • Touchpoints im Online-Marketing • Findability-/Usability-/Profitability-Ebene • Kriterien für eine erfolgreiche Website • Mobile Marketing • Suchmaschinenwerbung SEA und SEO • Erfolgsmessung und Controlling im digitalen Marketing
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform