Vertriebsstrategie & Marktumsetzung

Verkaufstechniken · Anbieter: DFW Akademie

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Mischung Zeitgebunden & Self-Paced
Dauer	1 Woche in Vollzeit oder 3 Wochen in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet jeden Tag
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zertifikat Vertriebsstrategie & Marktumsetzung (DFW)
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen), Softwarelizenzen

Bildungsträger & Kontakt

DFW Akademie

Lise-Meitner-Straße 21, 72202 Nagold

Telefon: 07452 6020662

E-Mail: info@dfw-akademie.de

Web: https://www.dfw-akademie.de/

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Vertriebsstrategie & Marktumsetzung: Verkaufsprozesse, Zielgruppenanalyse und Vertriebscontrolling

Der Kurs Vertriebsstrategie & Marktumsetzung behandelt zentrale Inhalte zu Vertriebsformen, Verkaufsprozessen, Bedarfsanalyse, Zielgruppensegmentierung, Kund:innenansprache, Verkaufstechniken, Gesprächsführung, Vertriebsstrategien, Marktanalyse, Wettbewerbsanalyse, KPI-basiertem Vertriebscontrolling, Leadgenerierung, Forecast, Pipeline-Management, Multikanal-Vertrieb und Distributionsmodellen.

In diesem Kurs erwirbst du grundlegende Kenntnisse im Bereich Vertrieb und Marktumsetzung. Du lernst, wie Verkaufsprozesse aufgebaut und unterschiedliche Vertriebsformen effektiv eingesetzt werden.

Du erhältst einen Überblick über B2B- und B2C-Vertrieb sowie direkte und indirekte Vertriebswege. Dabei verstehst du die einzelnen Phasen des Verkaufsprozesses von der Bedarfsanalyse bis zum Abschluss.

Ein Schwerpunkt liegt auf Zielgruppensegmentierung, Kund:innenansprache und Verkaufstechniken. Du erfährst, wie Gespräche strukturiert geführt und Abschlüsse gezielt vorbereitet werden.

Darüber hinaus beschäftigst du dich mit der Entwicklung von Vertriebsstrategien sowie Markt-, Wettbewerbs- und Umfeldanalysen. Ergänzend lernst du Zieldefinition, KPI-basiertes Vertriebscontrolling, Leadgenerierung, Forecasting sowie Pipeline-Management kennen. Auch Multikanal-Vertrieb und Distributionsmodelle werden praxisnah vermittelt.

02 Lehrplan & Module

1. Vertriebsformen und Distributionsmodelle

Grundlagen zentraler Vertriebsformen wie B2B, B2C, Direktvertrieb und Indirektvertrieb
Einordnung unterschiedlicher Distributionsmodelle und Vertriebswege
Analyse von Vertriebskanälen im Zusammenhang mit Zielgruppen, Produkten und Märkten

2. Verkaufsprozess und Vertriebsphasen

Überblick über die Phasen des Verkaufsprozesses von Erstkontakt bis Abschluss
Strukturierung von Vertriebsaktivitäten entlang definierter Prozessschritte
Einordnung von Verkaufsprozessen als Grundlage für planbare Vertriebsarbeit

3. Bedarfsanalyse und Zielgruppensegmentierung

Grundlagen der Bedarfsanalyse im Vertrieb
Analyse von Kund:innenbedürfnissen, Anforderungen und Entscheidungskriterien
Segmentierung von Zielgruppen nach relevanten Merkmalen und Vertriebspotenzialen

4. Kund:innenansprache und Verkaufstechniken

Grundlagen zielgerichteter Kund:innenansprache im Vertrieb
Einordnung unterschiedlicher Verkaufstechniken für verschiedene Gesprächssituationen
Entwicklung passender Argumentationslinien für Produkte, Dienstleistungen und Angebote

5. Gesprächsführung und Abschlussvorbereitung

Grundlagen professioneller Gesprächsführung im Verkaufsprozess
Strukturierung von Verkaufsgesprächen, Einwandbehandlung und Nutzenargumentation
Vorbereitung von Abschlüssen, Vereinbarungen und nächsten Schritten im Vertrieb

6. Entwicklung von Vertriebsstrategien

Grundlagen strategischer Vertriebsplanung und Marktumsetzung
Ableitung von Vertriebszielen, Maßnahmen und Prioritäten
Verknüpfung von Zielgruppen, Vertriebskanälen, Angeboten und Marktanforderungen

7. Markt-, Wettbewerbs- und Umfeldanalysen

Grundlagen der Marktanalyse und Wettbewerbsanalyse im Vertrieb
Einordnung von Marktumfeld, Kund:innenstruktur und Wettbewerbsposition
Analyse externer Einflussfaktoren für die Entwicklung von Vertriebsstrategien

8. Zieldefinition und KPI-basiertes Vertriebscontrolling

Formulierung messbarer Vertriebsziele und relevanter Kennzahlen
Grundlagen KPI-basierter Steuerung im Vertrieb
Auswertung von Vertriebsaktivitäten, Ergebnissen und Zielerreichung

9. Leadgenerierung, Forecast und Pipeline-Management

Grundlagen der Leadgenerierung und Qualifizierung von Vertriebskontakten
Einordnung von Forecasting und Pipeline-Management zur Vertriebssteuerung
Analyse von Verkaufschancen, Abschlusswahrscheinlichkeiten und Umsatzpotenzialen

10. Multikanal-Vertrieb und Marktumsetzung

Grundlagen des Multikanal-Vertriebs über verschiedene Kontakt- und Absatzkanäle
Verknüpfung von Direktvertrieb, digitalem Vertrieb und indirekten Vertriebswegen
Einordnung von Marktumsetzung als Zusammenspiel von Strategie, Kanalwahl und Vertriebssteuerung

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zertifikat Vertriebsstrategie & Marktumsetzung (DFW)

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Grundlegende PC- und Internetkenntnisse

Deutschkenntnisse auf dem Niveau B1

Keine besonderen beruflichen Vorkenntnisse erforderlich

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Fachkräfte
- Arbeitssuchende
- Berufstätige

Mögliche Berufsbilder: Sales Manager, Account Manager, Business Development Manager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

DFW Akademie · Lise-Meitner-Straße 21, 72202 Nagold
07452 6020662 · info@dfw-akademie.de · https://www.dfw-akademie.de/

Online ansehen