Business Consulting und Sales

Verkaufstechniken · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

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	Self-Paced
Dauer	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
Telefon: 030 22027283
E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de
Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Ohne Sales, kein Umsatz. Und ohne Dich, keine Sales-Strategie. Mit Deiner Online-Weiterbildung Business Consulting und Sales weißt Du, worauf es bei der Unternehmensberatung ankommt, um maximalen Umsatz zu generieren. Und setzt dieses Wissen gewinnbringend ein. Für Dich und die Unternehmen. Die Unternehmensberatung zählt zwar nicht zu den neuentstandenen Zukunftsjobs, dennoch ist und bleibt sie zukunftsfähig. Warum das so ist? Neue Technologien und Möglichkeiten erfordern ebenso neue Verkaufsstrategien. Damit steigt der Bedarf an Business Consultants. Denn um sich an den Markt und den Bedarf anzupassen, müssen Unternehmen wissen wie. Genau hier kommst Du ins (Verkaufs-)Spiel: Nach Deiner Online-Weiterbildung Business Consulting und Sales übernimmst Du die Verkaufsstrategie. Denn Du hast gelernt, Unternehmens- und Marktsituationen mithilfe moderner Managementkonzepte zu analysieren und zu bewerten. Und darauf basierend Empfehlungen sowie Strategien zu entwickeln und diese umzusetzen. Deine Kompetenz ist sowohl fachlich-methodisch, also auch persönlich-sozial. Und damit liegst Du in der Unternehmensberatung genau richtig. Dein Wissen nach der Weiterbildung inkludiert auch die Akquisition, Planung und Durchführung von Unternehmensprojekten. Du weißt was strategische Unternehmensführung, Finanzierung, Kostensenkung, neue Technologien, Arbeitsmethoden, interne Kommunikation sowie Fusionierung bedeuten. Denn Du kennst diese Begriffe. Und hältst für jede Unternehmenssituation eine Strategie bereit. Ergänzend vertiefst Du Dich im Bereich Vertrieb: inklusive Vertriebssystem, Verkaufsplanung, Neukund:innenakquise, Taktiken der Gesprächsführung, Verhandlungen und Verkaufskanäle. Zum Ende Deiner Online-Weiterbildung Business Consulting und Sales setzt Du Dein neuerlerntes Wissen im Angewandten Vertrieb anhand einer Fallstudie praxisgerecht um.

02 Lehrplan & Module

1. Business Consulting I

Die Unternehmensberatung ist eine professionelle Dienstleistung, deren gesamtwirtschaftliche Bedeutung zunehmend ansteigt. Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftraggebende Unternehmen an. Dies setzt die Fähigkeit voraus, spezifische Unternehmens- und Marktsituationen mithilfe moderner Managementkonzepte analysieren und bewerten zu können. Auf Basis ihrer Analysen sprechen Unternehmensberater Empfehlungen zur Optimierung von Unternehmensstrategien, -strukturen und -prozessen aus und begleiten diese – soweit gewünscht – in der Implementierung und Umsetzung.
Um die verschiedenen Funktionen und Aufgaben der Unternehmensberatung erfolgreich zu erfüllen, benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Im Mittelpunkt fachlicher Kompetenzen stehen die Grund- und Spezialkenntnisse in der Beratung und der Betriebswirtschaftslehre. Sie umfassen u. a. analytische Kompetenzen zum Verständnis von Unternehmens- und Marktsituationen sowie die Fähigkeit zur Planung, Implementierung und Kontrolle von Beratungsprojekten. Die Entwicklung persönlicher und sozialer Kompetenzen zielt auf die Klienten-Zentrierung der Studierenden i. S. der Fähigkeit, sich auf die individuellen Beratungsbedürfnisse von Klienten einstellen zu können.
Kursinhalte
Einführung in die Unternehmensberatung Business Consulting – Management Consulting – Unternehmensberatung
Unternehmensberatung als Gegenstand der Wissenschaft
Formen und Funktionen der Unternehmensberatung Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
Funktionen der Unternehmensberatung
Inhouse Consulting
Der Markt für Unternehmensberatung Daten, Strukturen und Trends
Beratungsunternehmen in Deutschland
Geschichte, Pioniere und Konzepte Geschichte der Unternehmensberatung
Konzepte der Unternehmensberatung
Beratungsfelder Strategieberatung
Organisations- und Transformationsberatung
IT-Beratung
Personalberatung/HR-Beratung
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

2. Business Consulting II

Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftraggebende Unternehmen an. Gegenstand der Unternehmensberatung ist demnach die Akquisition, Planung und Durchführung von Unternehmensberatungsprojekten. Der Inhalt dieser Beratungsprojekte ist vielfältig und kann je nach Aufgabenstellung Aspekte der strategischen Unternehmensführung, Herausforderungen im Bereich der Finanzierung und Kostensenkung, die Einführung neuer Technologien, Arbeitsmethoden und Systeme, interne Kommunikation, Umstrukturierungen, Fusionen/Übernahmen oder Auslagerungen von Unternehmen bzw. einzelner Unternehmensbereiche umfassen.
Beratungsprojekte und Beratungsprozesse sind durch wiederkehrende Elemente gekennzeichnet, deren Verständnis und Anwendung den Erfolg einer Beratungsleistung maßgeblich beeinflusst. Die Kompetenz und Qualität von Auftragsakquisition und Projektmanagement wird durch das Management der Beratungsunternehmung selbst bestimmt. Je nach Beratungsphilosophie, Beratungskonzept, Beratungsorganisation und Leistungsvermarktung stellt sich in Berater-Klienten-Beziehungen Erfolg oder Misserfolg ein.
Eine Teilnahme am Kurs setzt den erfolgreichen Abschluss des Kurses Business Consulting I voraus.
Kursinhalte
Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung Die Unternehmensberatung als Professional Service Firm
Das Wertschöpfungsmodell der Unternehmensberatung
Das Marktumfeld der Beratungsfirma
Das Management der Unternehmensberatung Handlungs- und Entscheidungsfelder für das Management der Unternehmensberatung
Normative und strategische Handlungs- und Entscheidungsfelder
Personal- und HR-Management im Beratungsunternehmen
Vermarktung von Beratungsdienstleistungen Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
Strategisches Beratungs-Marketing
Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen
Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht Beraterhaftung
Vertragsgestaltung
Rechtsfragen der Berufsausübung
Das Beratungsprojekt Voraussetzungen
Einstellungen und Techniken
Beratungsphase
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

3. Angewandter Vertrieb I

Die Anforderungen an ein verkäuferisches Denken wachsen jeden Tag. Eine globalisierte Nachfrage in Kombination mit hohem Wettbewerb erschwert es Unternehmen zusehends, im Kampf um den Kunden mitzuhalten. Gleichzeitig ist der Kunde immer besser informiert, während klassische Versorgungsmärkte gesättigt sind und Überkapazitäten existieren. Um in einem solchen Umfeld erfolgreich zu sein, ist verkäuferisches Denken und Handeln gefragt und gleichzeitig ein neuer Typus von Verkäufern gefordert. Im Rahmen des Kurses angewandter Vertrieb I (Einführung) werden die Teilnehmer mit den Grundbegriffen des angewandten Vertriebs vertraut gemacht. Sie erlernen die Systematiken der Vertriebsorganisation, setzen sich mit alternativen Vertriebswegen auseinander und lernen den dezidierten Planungsprozess im Vertrieb kennen. Abgerundet werden die Inhalte des Moduls durch zentrale Inhalte zur erfolgreichen Neukundenakquisition, wobei insbesondere das Augenmerk auf die Organisation und Durchführung der Kundenbesuche und der Gesprächs- und Verhandlungsführung gelegt werden.
Kursinhalte
Grundlagen des angewandten Vertriebs Aufgaben und Formen des angewandten Vertriebs
Marketing als Basis des Vertriebs
Vertrieb, Verkauf und andere Begriffe
Vertrieb in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
Das Vertriebssystem Verkaufsformen
Vertriebsorganisation
Key-Account-Management
Mehrkanalvertrieb
Persönlicher Verkauf Die „neuen Verkäufer“
Anforderungen an Verkäuferpersönlichkeiten
Der Key-Account-Manager
Aufgabe von Vertriebsführungskräften
Verkaufsplanung Aufgaben und Ziele der Vertriebssteuerung
Wettbewerbsbeobachtung im Rahmen der Vertriebssteuerung
Potenzialanalysen und Umsatzplanungen
Verkaufssteuerung und Besuchsstrategien
Neukundenakquise Identifikation von Neukundenpotenzialen
Customer Relationship Management und Kundengewinnung
Messen und Events
Networking
Der Verkaufsbesuch Besuchsfrequenzen und Besuchsvorbereitung
Besuchsdurchführung
Besuchsberichte und Nachbereitung
Nachbetreuung und Follow-up
Taktik der Gesprächsführung Strukturierte Gesprächsvorbereitung
Zielorientierte Gesprächsführung: Das D.A.L.A.S-Modell
Fragetechniken
Verhandlungen führen Psychologie des Verhandelns
Verhandlungsaufbau
Einwandbehandlung
Preisverhandlungen
Weitere Verkaufskanäle Telefonverkauf
Katalog- und Prospektverkauf
Internet und E-Commerce
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Modulklausur, 90 Minuten

4. Angewandter Vertrieb II

In diesem Kurs werden die Kenntnisse im Bereich "Angewandter Vertrieb" ergänzt und vertieft. Hierbei wird zunächst das Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb genauer beleuchtet. Darauf aufbauend werden wesentliche Hintergründe und zentrale Zielgrößen für ein erfolgreiches Vertriebsmanagement (bspw. Kundenzufriedenheit und -bindung sowie der Kundenlebenszyklus) hergeleitet und operationalisiert, um so die Basis für ein effizientes und effektives Customer Relationship Management herzustellen. Im weiteren Verlauf wird das Augenmerk auch auf psychische Prozesse und das Konsumentenverhalten im Allgemeinen gelegt. Zudem werden Strategien und Wege zur erfolgreichen Verhandlungsführung vertieft und um überzeugende Kommunikationstechniken ergänzt. Eine Fallstudie, in deren Verlauf die Studierenden die Möglichkeit haben, das Gelernte praxisgerecht anzuwenden, rundet den Kurs ab.
Kursinhalte
Marketing und Vertrieb Aufgaben und Funktionen des Marketings
Vertriebsmarketing in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
Relationship Marketing
Internationales Marketing und Vertriebskooperationen
Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor Customer Relationship Management (CRM)
Die Erfolgskette des CRM
Kundenbeziehungsstrategien
Persönlichkeiten im Vertrieb Verkaufspersönlichkeiten und Differenzierung
Verkaufen in Teams
Verhandeln mit Gremien
Kundenorientierte Kommunikation Kommunikationsaufgaben im Vertrieb
Verkaufsförderung durch Vertriebsmitarbeiter
Verkaufsförderung im Team
Verkaufsförderung durch das Unternehmen
Präsentation und Rhetorik Rhetorik im Verkauf
Präsentationstechniken
Nonverbale Kommunikation
Kundenbindung Kundenbindungsmanagement
Kundenprogramme und andere Kundenbindungsinstrumente
Beschwerdemanagement
Networking Netzwerkkompetenzen im Unternehmen
Aufbau und Gestaltung von Beziehungen
Networking über soziale Medien
Fallstudie iq media marketing Die Marktsituation
Die Vermarktungssituation
iq media marketing und iq digital media marketing
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Modulklausur, 90 Minuten

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Unternehmensberater, Sales Manager, Key Account Manager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen