Zertifikatsprüfungsordnung (ZPO)* & Lehrgangsbeschreibung

LEHRGANG	DIGITALES VERTRIEBSMANAGEMENT				
I. LEHRGANGSBESCHREIBUNG					
Anbieter	Steinbeis Transfer-Institut Management Akademie Bayern (www.sma-bayern.de)				
Kompetenzfeld	Management X	Persönlichkeits-entwicklung	Bildungs-Management	Gesundheit	Technologie & Digitalisierung
Durchführung	München				
Abschluss	Diploma of Advanced Studies (DAS)	Certificate of Advanced Studies (CAS)	Diploma of Basic Studies (DBS)	Certificate of Basic Studies (CBS)	Lehrgang unter 300 Std. Workload (MC) X
Kurs-beschreibung & Qualifikations-ziele	Für nahezu jedes Produkt und Dienstleistung bietet das Internet die Möglichkeit, es zu bewerbern. Ein Onlinevertriebssystem ist somit zentraler Bestandteil eines funktionierenden Vertriebsmanagementsystems. Übergeordnetes Ziel ist es, ein grundlegendes Verständnis für den Aufbau eines digitalen Vertriebsmanagement und die digitale Vertriebsunterstützung zu schaffen. Die Teilnehmer:innen lernen und erfahren anhand von praktischen Anwendungsbeispielen aus deutschen und internationalen Unternehmen, mit welchen konkreten Vertriebsstrategien, Instrumenten und Maßnahmen das Vertriebsmanagement modern und in digitaler Form umgesetzt werden kann. Es gibt ausreichend Raum für eine kritische Auseinandersetzung mit der bestehenden Situation im eigenen Unternehmen. Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte sowie Nachwuchsführungskräfte im Vertrieb, Vertriebs- und Verkaufsleiter/innen sowie Verantwortliche im Verkaufs- und Vertriebsmanagement. Das Seminar richtet sich vor allem an diejenigen, die ein digitalen Vertriebsmanagement in den Vertriebsprozess integrieren wollen Lernziele: - Instrumente und Methoden der Vertriebsanalyse anwenden können. - vorhandene Vertriebsstrategien verstehen, Ziele ableiten, Kennzahlen analysieren - Vertriebsprozesse wiedergeben und beschreiben können. - Instrumente zur Kundengewinnung verstehen und anwenden können. - Kundenloyalität und Kundenbindung durch ein effizientes CRM (Customer-Relationship-Management) und Toolmanagement ganzheitlich verbessern können				
Zugang	keine				
Lehrform	physische Präsenz X	virtuelle Präsenz (online)	E-Learning (Selbstlernen)	Peergroup-Lernen	Sonstiges
Sprache	Deutsch				
Leistungsnach-weis / Prüfung	Klausur (schriftlich) X	Präsentation (mündlich)	Fallstudie (Case Study)	Transfer-arbeit X	Projekt Studie (im Unternehmen)
Workload	**Gesamt** (Std) **90**	davon Seminarzeit: 45	davon Selbstlernzeit: 25	davon Transferzeit: 20	

** auf Basis der Rahmenordnung zur Durchführung von Zertifikatslehrgängen (RZLG) in der aktuell gültigen Fassung.*

II. KURSINHALTE	DIGITALES VERTRIEBSMANAGEMENT			
MODUL	**BESCHREIBUNG / LERNINHALTE**	**Seminar-zeit**	**Selbst-lernzeit**	**Transfer-zeit**
1. **Instrumente und Methoden der Vertriebsanalyse**	▪ Analyse von strategischen Vertriebskanälen ▪ Ziel der Analyse der Vertriebskanäle.	3	1	0
2. Vertriebsstrategien, Ziele, Kennzahlen, Prozesse	▪ Marktsegmentierungsstrategie ▪ Marktrealstrategie ▪ strategische Marketingziele und Vertriebsziele. ▪ Auswertung von Kennzahlen für Vertrieb und deren Nutzung als Führungsinstrument.	14	8	7
3. Vertriebsorgane, Instrumente, Maßnahmen und Umsetzung	▪ persönlicher Vertrieb ▪ digitalisierter Vertrieb ▪ Implikation der Digitalisierung ▪ Tooleinsatz (SW-Tools)	14	8	7
4. Kunden-gewinnung, Kundenbindung	▪ Kundengewinnung, -loyalität ▪ Kundenbindung durch CRM (Customer-Relationship-Management) und Toolmanagement ▪ Formen der Kundenbindung ▪ strategische Kundenanalyse ▪ Ziele der Kundenplanung ▪ Kundensegmentierung ▪ Kundenbindung, Kundenloyalität, ▪ Kundenakquisition.	14	8	6

** auf Basis der Rahmenordnung zur Durchführung von Zertifikatslehrgängen (RZLG) in der aktuell gültigen Fassung.*