



Lernziele:

- Zielsetzung Unternehmen & Schnittstellen VKID und VKAD
- Effiziente Ressourcenallokation
- Möglichkeiten der Leadgenerierung, Sales Funnel Management
- Möglichkeiten der Leadqualifizierung
- Aktive Betreuung & Entwicklung von C-Kunden
- Angebotsqualifikation
- Kennzahlen und KPI-Management im Lead- und Bestandskundenbereich

Methodik, Didaktik:

Multimediale Impulsreferate des Trainers, Erfahrungen aus der eigenen Vertriebstätigkeit / aus dem privaten Umfeld, Gespräche über Erfahrungen und Wahrnehmungen, Gruppen- und Individualarbeiten, Lessons learned & Integration in den betrieblichen Alltag, Fallstudien und **starke** Interaktion der Teilnehmer.

Die IVM-Agenda:

Tag 1:

- Kennenlernen
- Status Quo im Unternehmen / Zuständigkeiten / Schnittstellen / Verantwortung
- Möglichkeiten der Leadgenerierung (on- und offline)
- Möglichkeiten der Leadqualifikation (Schnittstellen Marketing und VKAD)
- Best Practise Beispiele der Leadqualifikation
- Nutzbarkeiten / Marketing- und Kommunikationsaktionen nach Qualifizierungsniveau
- Bestandskundenmanagement
 - Kundensegmentierungsmöglichkeiten
 - Kundenzufriedenheitsmanagement
 - Kundenbildung & Kundenentwicklung / Schnittstellenmanagement
- Lessons Learned / Ausblick und Umsetzung

Datum: _____	Kurzzeichen: _____	Beantragt: _____
Investition: _____	Teilnehmer: _____	Genehmigt: _____
Kostenstelle: _____	Vorgesetzter: _____	

ANSPRECHPARTNER:

Roberto Capone • IVM | Institut für Verkauf und Marketing
Amtshof 4 • 63628 Bad Soden-Salmünster

Telefon: 06056 8033890

E-Mail: info@ivm-seminare.de

www.ivm-seminare.de