

László, Budapest University of Technology and Economics, Budapest | Dir. Julian Wagner, Rosenbauer Interna
 Universität Wien, Wien | Dipl.-Kfm. Robert Grüneberg, Invista Resins & Fibers GmbH & Co KG, Hainersheim am
 Momoyama Gakuin University, Osaka | Prof. Dr. Kaye Chon, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong
 Institute for Symbolic Computation, Linz | Dipl.-Vw. Armin Burger, Hofer KG, Sattledt | Prof. Dr. Carmencita Ch
 Caw, Botschaft der Vereinigten Staaten, Wien | Prof. Dr. Elizabeth Dickson, ESPEME Business School Nice, Nizza
 Dr. Christian Laesser, Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, St. Gallen | | Prof. Dr. John Walsh
 Cross University, Sydney | Mag. Helmut Fink, SAP Österreich GmbH, Wien | DI Rolf Einsele, DaimlerChrysler AG,
 Wilhelm Scheer, IDS Scheer AG, Saarbrücken | Mag. Brigitte Ederer, Siemens AG Austria, Wien | Prof. Dr. Tapio T
 Dr. Peter Kos, Erste Bank, Wien | DI Hans Lindenberger, Amt der Tiroler Landesregierung, Innsbruck | Dr. Thomas
 midt, The Moscow School of Social and Economic Sciences, Moskau | Prof. Dr. Rene Dentiste Mueller, College of C
 ve Managementberatung, Konstanz | Dr. Klaus Liebscher, Oesterreichische Nationalbank Wien, Wien | Dr. Georg
 schule Liechtenstein, Vaduz | Prof. Dr. Joe Nellis, Cranfield University, Cranfield | Prof. Dr. Klaus Weiermair, Leo
 Tourismusbank GmbH, Wien | Prof. Dr. Theresia Theurl, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Münster | Dr.
 g. Christian Havranek, Deloitte Österreich, Wien | DI Dr. Michael Koncar, VTU-Engineering GmbH, Grambach | D
 tephan Feige, St. Gallen Managementberatung AG, St. Gallen | Dr. Friedrich Fraberger, KPMG Securitas GmbH,
 Andreas Wittmer, Universität St. Gallen, St. Gallen | Ing. MSC Wolfgang Gliebe, Management Systems, Vaduz | M
 irl | Mag. Dr. Franz Hartl, Österreichische Hotel- und Tourismusbank GmbH, Wien | Dr. Friedrich Fröschl, VTU-En
 sbruck | Dr. Cornelia Veil, Institut für Integrationsberatung GmbH, St. Gallen | Dr. Dipl.-Biologe Christian Stein
 Wien | Dipl.-Kfr. Christine Licci, HVB Group - Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG, München | Prof. Dr. Riccard
 Bundesministerium für Landesverteidigung, Wien | Prof. Dr. Maria Stella Rollandi, Università di Genova, Genua
 Richard Piock, Durst Phototechnik AG, Brixen | Dir. Peter Metzinger, 4C business campaigning GmbH, Zürich | Dip
 nstein, Vaduz | Prof. Dr. Reidar Mykletun, Norwegian School of Hotel Management, Stavanger | Dr. Michael Sche
 chtsanwälte, Innsbruck | Dr.phil. Alfred Autischer, Trimedia Communications Austria GmbH, Wien | Joyce H.A. vor
 er, Swarco Holding AG, Wattens | Dr. Gabriele Weber-Trinkfass, Red Bull GmbH, Fuschl am See | Dr. Gregor Berch
 er Universität Linz, Linz | Dr. Thomas Bieger, Institut f. öffentl. Dienstleistungen und Tourismus, St. Gallen | Prof
 r, München | Dr. Elfriede Biehal-Heimburger, Trigon, Wien | Prof. Dr. Paolo Bellamoli, Fondazione CUOA, Altavill
 Österreich, Wien | Dr. Jürgen Bischof, Hochschule Aalen | Ph.D. Ásta Bjarnadóttir, Reykjavik University, I



g, Riezlern | Dr. Leonhard J. Schnorrenberg, The Greenleaf Center for Servant Leadership, Düsseldorf | Univ.-Doz
 Wendy Becker, University at Albany, New York | James Hill, Heritage University, Moses Lake | DI Alexander Ash
 GesmbH, Wien | Hans Herbert Holzamer, F.A.S.T. Gesellschaft für angewandte Softwaretechnologie mbH, München
 ald Patent- und Rechtsanwaltsbüro, Freising | DI Dr. Siegfried Augustin, Montanuniversität, Leoben | Prof. Dr. Joh
 Prof. Dr. Sten Hansson, University of Göteborg, Göteborg | Prof.DDr.h.c Ekkehard Kappler, Leopold-Franzens-Univers
 Obermeier, Eurofighter GmbH, Hallbergmoos | DI Anthony Kaslatter, Microsoft Österreich, Wien | Dr. Zeno Kers
 Gallen, St. Gallen Managementberatung AG, St. Gallen | Dr. Dr. phil. Dr. rer. oec. (FH) Rene Lorber, Fabasoft AT,
 elier Nitsch, Prinzendorf | DDr. Engelbert Hofinger, Patentanwälte Torggler & Hofinger, Innsbruck | Dipl. Chem
 ien | Dr. Stefan Bergsmann, Horvath und Partner Management Consulting GmbH, Wien | Dr. Hanna Fearn, IMb K. Integr
 ssius & Partner, München | Dr. Jürgen Moormann, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main | Prof. D
 Dr. Ady Milman, University of Central Florida, Orlando | Prof. MMag. Ernst Madlener, Gesellschaft für Unternehmensbewe
 rismusberatung GmbH, Innsbruck | DI Oliver Hassa, Kanzlei Reinhard Skuhra Weise & Partner GbR, München | Dr. phil. Sie
 ans Mühlbacher, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Dir. Lucie Vorlickova, Vorlickova & Leitner, Prag | Prof. Dr. Seb
 er Patent- und Rechtsanwaltsbüro, Freising | DI Christian Platzer, Europäisches Patentamt München, München | Dr. Jürge
 lveig Böhn, Dalarna University, Borlänge | Prof. Dr. Ralf Roth, Deutsche Sporthochschule Köln, Köln | Dr. Ulf Böge, Bunde
 olf, Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung, Vallendar | Prof. Dr. Walter Schertler, Universität Trier, Trier
 Salzburg | Dr. Harald Koch, Universität Rostock, Rostock | Dr. Michael Kort, Universität Augsburg, Augsburg | Prof. Dr. Ka
 r, Oracle Austria GmbH, Wien | Dr. Martin Selmayr, European Commission, Brüssel | Prof. Dr. Anop Bunjan, Mae Fah Luan
 nier, University of Lausanne - Graduate School of Business, Lausanne-Dorigny | Prof. Dr. Johannes Schwanitz, Internation
 laus Schredelseker, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Dr. Christof Splechtna, Capital Management Partners GmbH
 helms-Universität, Bonn | Dr. Paul-Günther Schmidt, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt am Main | Pro
 fer OEG, Oberwaltersdorf | Prof. Dr. Uta Wilkens, Wissenschaftliche Hochschule Lahr, Lahr | Prof. Dr. Inigo Navarro Men
 chen | Dr. Wolfgang Kutzelnigg, ADIS Technologie GmbH, Linz | Fürst Karl Schwarzenberg, Schwarzenberg'sche Gutsver
 Susanne Riess-Passer, Bausparkasse Wüstenrot AG, Salzburg | Prof. Dr. John Walsh, University of Guelph, Guelph | Prof. D
 ert Frech, Telekom Austria AG, Innsbruck | Prof. Dr. Manfred Gantner, Leopold-Franzens-Universität, Innsbruck | Prof. D
 ty SAIS Bologna Center, Bologna | Dr. Georg Hoffmann, Oberlandesgericht Innsbruck, Innsbruck | Dr. Jonathan Palmer, Co
 nus, Bern | Dir. Mario Moretti Polegato, Geox International, Montebelluna | DI Kurt Fasser, German Chamber of Industry
 nsult GmbH & Co KG, München | Dr. Siegfried Neumann, Merck KGaA, Darmstadt | Mag. Helga M. Stangl, Pricewaterhou
 Vaduz | Dr. Günter Unterleitner, Hypo Tirol Bank AG, Innsbruck | Mag. Gerald Gahleitner, Leitner + Leitner GmbH & Co KE
 melrath & Partner, München | Lenka Kroustkova, Vorlickova & Leitner, Prag | Prof. Dr. Steve Pejovich, F.A. v. Hayek Institu
 Gallen | Dipl.-Kfm.Dr. Albrecht Deyhle, Controller Akademie, Gauting | Dr. Lesley Cooper, Flinders University, Adelaide | D
 en | Prof. Dr. Ralf Ziegenbein, Integ

sales management.

DISTRIBUTION, PRICING UND KUNDENBEZIEHUNGEN INNOVATIV GESTALTEN

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG / WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT



J. Dickel

FH-Prof. Dr. Johannes Dickel

Hinterhuber

Dr. Andreas Hinterhuber



SALES
MANAGEMENT



ziele / nutzen.

Der Management-Lehrgang basiert auf neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und praxiserprobtem Know-how zu Verkaufs-, Distributions-, Preis- und Handelsmanagement. Er bietet Teilnehmern unterschiedlicher Branchen eine ganzheitliche Sicht der Strategien und Konzepte im vertikalen Marketing sowie moderne, umsetzungsnahe Methoden und Instrumente, um Kundenbeziehungen in innovativen Vertriebssystemen erfolgreich zu gestalten.

Die Absolventen dieses Management-Lehrgangs sind in der Lage

- die Handelsfunktionen und Verkaufsaufgaben im eigenen Unternehmen zu identifizieren;
- das aktuelle Distributionskonzept des Unternehmens kritisch zu analysieren und daraus Optimierungspotenziale abzuleiten;
- die Eignung von direktem und indirektem Vertrieb für das eigene Geschäft abzuschätzen;
- Mehrkanalsysteme im Verkauf sowie konkrete Maßnahmen zur erfolgreichen Abstimmung der Kanäle zu konzipieren;
- wertorientiertes, strategisches Pricing im Verkauf zu implementieren;
- die richtigen Verkaufstechniken und -instrumente in Abhängigkeit von der Verkaufssituation auszuwählen;
- Wettbewerbsstrategien und Marketing-Mix-Konzepte für Handelsgeschäfte zu entwickeln;
- Chancen und Risiken des Online-Handels für das eigene Geschäft einzuschätzen;
- die Anwendbarkeit und Nutzenpotenziale moderner Kooperationskonzepte zwischen Industrie und Handel für das eigene Unternehmen zu prüfen und bedarfsspezifisch zu konzipieren;
- die Vor- und Nachteile einschlägiger vertraglicher Vertriebssysteme zu beurteilen (insbes. Franchisingerfolgspotenziale);
- die Ziele und Nutzenvorstellungen von Verhandlungspartnern des vertikalen Marketingsystems zu berücksichtigen.

Dieser Management-Lehrgang kann auf die vom österreichischen Wissenschaftsministerium akkreditierten Master-Studiengänge General Management Executive MBA und Master of Science in Management MSc angerechnet werden.

zielgruppen.

- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte sowie sonstige Entscheidungsträger in Marketing und Vertrieb von Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen
- Absolventen aller Studienrichtungen, die ihre Ausbildung um Kompetenzen auf den Gebieten Distribution, Handel und Vertrieb ergänzen möchten
- Unternehmensgründer bzw. Jungunternehmer
- Assistenten der Geschäftsführung/des Vorstandes
- Unternehmensberater

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
GRUNDLAGEN DES DISTRIBUTIONS-MANAGEMENTS	1	VERTRAGLICHE VERTRIEBSSYSTEME – FRANCHISING	2	KOOPERATIONSSTRATEGIEN IM VERTIKALEN MARKETING	2
Gegenstand und Stellenwert des Distributionsmanagements Absatzkanalstruktur (Direkter Vertrieb, Distributionsgrade, Arten und Formen von Absatzmittlern) Grundlagen des vertikalen Marketings (Push-Pull-Strategie) Gegenstand und Entscheidungsbereiche des Verkaufsmanagement Gegenstand und Entscheidungsbereiche des Handelsmanagement Grundzüge der Distributionslogistik		Gesetzliche und vertragliche Möglichkeiten zur Organisation des Vertriebsfranchising (Aufbau und Führung von Franchisesystemen)		Potenzielle Konflikte und Machtasymmetrien in der Hersteller-Handels-Beziehung Basisstrategien im vertikalen Marketing Von der Push-Pull-Strategie zum kooperativen Trade Marketing Efficient Consumer Response: Category Management und Supply Chain Management	
SCHLÜSSELKOMPETENZEN IM SALES MANAGEMENT	2	PRICING	2	INNOVATIVES MANAGEMENT MULTIPLER DISTRIBUTIONSSYSTEME	2
Verkaufsgespräch, Verkaufs- und Verhandlungstechniken Verkaufsführung Entlohnungs- und Vergütungssysteme im Verkauf Verkaufsplanung (Budgetplanung, Kundenselektion, Verkaufsorganisation) Verkaufscontrolling und Kenngrößen zur Steuerung des Vertriebs		Bedeutung von Pricing in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Kundenwertorientiertes vs. Kostenorientiertes Pricing Preispositionierung und Preisstrategien Instrumente zur Schaffung von Kundenwert und zur Durchsetzung von Preiserhöhungen Tools zur Preisfindung, zur Optimierung von Preisstrukturen Konditionensysteme und Incoterms Innovatives Preismanagement für Produkte und Dienstleistungen		Gegenstand und Stellenwert multipler Distributionssysteme Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren des Multikanalvertriebs Strategien für Koordination, Konfliktvermeidung und -management in Multikanalsystemen Best Practices im Multi-Channeling	
KEY ACCOUNT MANAGEMENT	2	SCHLÜSSELKOMPETENZEN IM HANDEL	2		
Identifikation von Schlüsselkunden (Kundenportfolios, Customer Lifetime Value, Kundenselektion) Strategien zur Bearbeitung von Schlüsselkunden (Verkauf an Schlüsselkunden, Team-Selling) Kundenbindung von Key Accounts (Customer Relationship Management und Beziehungsmarketing)		Kernherausforderungen und Trends im internationalen Handel Kernkompetenzen im Handelsmanagement Wettbewerbsstrategien, Positionierung und Profilierungskonzepte im Handel Erlebnisorientierung im Handel (Visual Merchandising, Flagship Stores, POS-Marketing) Kundenbindung im Handel Voraussetzungen, Besonderheiten und erfolgreiche Geschäftsmodelle im Online-Handel			
PRÄSENZTAGE GESAMT (exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten, u.ä.)					15

teilnahmeentgelt.

Das Teilnahmeentgelt beträgt EUR 4.190,- und ist im Voraus zu entrichten. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten.

Bei Teilnahme mehrerer Personen eines Unternehmens oder einer sonstigen Einrichtung gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer eine Ermäßigung von 10% auf das Teilnahmeentgelt. Informationen zu Fördermöglichkeiten finden Sie unter www.mci.edu/foerdermoeglichkeiten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf der Rückseite des Bewerbungsbogens.