

## **Gliederung Vorlesung „Verkaufsmanagement und Verkaufsförderung“**

- 1. Verkaufsmanagement als Bestandteil des Marketing-Mix-Faktors Distribution**
  1. Grundlagen
  2. Die internen und externen Aufgabenträger
  3. Die Absatzwegepolitik
  4. Die Beziehung zwischen Distributionssystem Unternehmen und Distributionssystem Handel
  
- 2. Die grundsätzlichen Instrumente einer Vertriebs-/Verkaufsstrategie.**
  1. Absatzwege: Entscheidung über den Distributionsweg und die Vertriebswegepolitik
  2. Absatzmittler
  3. Konditionenpolitik
  4. Aktionspolitik und Verkaufsförderung
  5. Dienstleistungen, Servicepolitik
  6. Physische Distribution und Logistik
  7. Organisationsgrundsätze für den Vertrieb
  8. Verkaufsstrategie, Verkaufsplanung, Steuerungsinstrumente und Controlling
  9. Der Einfluss von ECR auf die Verkaufsstrategie
  10. Online-Strategie-Möglichkeiten
  
- 3. Der persönliche Verkauf als Basis des Verkaufsmanagements**
  1. Persönlicher Verkauf als Marketinginstrument
  2. Der Verkaufsprozess und die Verkaufsmethoden
  3. Rekrutierung, Auswahl und Schulung von Verkaufsmitarbeitern
  4. Die Motivation im Verkauf
  
- 4. Der Aufbau des Verkaufsmanagements (Verkaufsorganisation)**
  1. Anforderungen an die Verkaufsorganisation
  2. Struktur und Organisation des Verkaufs
    1. Konsum- und Gebrauchsgüter, Dienstleistungen, Investitionsgüter
    2. Marktsegmentierung und Handelskundenselektion
    3. Key Account-Management
    4. Der Einfluss von Category Management auf die Verkaufsorganisation
    5. Marktbearbeitung durch die Feldorganisation
    6. Vertriebsinnendienst und seine Erfolgsfaktoren
    7. Vertriebsplanung, Vertriebssteuerung und Controlling: Methoden und Instrumente
    8. Vertriebsinformationssysteme
    9. Trademarketing
  
- 5. Verkaufsförderung als Instrument des Vertriebes und des Marketing**
  1. Definition
  2. Promotion-Zielsetzungen
  3. Promotion-Techniken

4. Preispolitische Verkaufsförderungskonzepte
5. Verkaufsförderungs-Controlling
6. Verkaufsförderung im Internet

## **6. Die Internationalisierung des Verkaufs**

## **7. Customer Relationship Management und Verkauf**

## **8. Trends und Zukunftsperspektiven**