

Marketing- und Vertriebscontrolling

Erfolgreicher Einsatz zukunftsweisender Instrumente

Die Themenhighlights:

Organisation eines erfolgreichen Vertriebscontrollings

Wertorientiertes Portfolio- und Produktcontrolling

IT-Werkzeuge für das Marketing- und Vertriebscontrolling

Marketing- und Vertriebs-Audits

Aufbau eines Controllings für Vertriebstöchter

Kennzahlen als Steuerungstool für Vertrieb und Marketing

Paneldiskussion: „Zentrale Herausforderungen und neue Marktchancen durch gezieltes Marketing- und Vertriebscontrolling“

Mit Fachberichten aus Praxis, Beratung und Wissenschaft von:



- auxilium Managementberatung GbR
- Fachhochschule Stralsund
- Business Application Research Center
- Chemische Fabrik Budenheim KG
- Confidenz GmbH
- .companion GbR Strategie und Coaching
- DAK Unternehmen Leben
- Henkel AG & Co. KGaA
- Uhlmann Pac-Systeme GmbH & Co. KG



Neue Wege im Marketing- und Vertriebscontrolling

Marketingmaßnahmen, die ohne fundierte Kostenplanung durchgeführt werden, erzielen oft weniger Erfolg als erwartet und stellen sich als unangemessen teuer heraus. Planen Sie daher Ihre Marketing- und Vertriebsstrategien nicht irgendwie, sondern kalkulieren Sie systematisch alle Aktionen und wenden Sie die Instrumente des Controllings professionell an! So können Sie sicher sein, dass Ihre Marketingkosten sich als wertvolle Investition erweisen.

Controlling von Marketing und Vertrieb wird immer wichtiger!

In einer Studie deutscher Unternehmen unterschiedlicher Größen und Branchen wurde ermittelt, dass über 30% kein Marketingcontrolling durchführen. Über 90% der Unternehmen halten Marketing- und Vertriebscontrolling jedoch für sehr bedeutend in der Zukunft (Quelle: MSU Consulting).

Wie überwindet man das Spannungsfeld zwischen Controlling und Marketing mit Erfolg und baut im eigenen Unternehmen ein erfolgreiches Marketing- bzw. Vertriebscontrolling auf? Mit welchen Methoden lässt sich wenig effizientes Marketingcontrolling langfristig verbessern?

Hören Sie Fachvorträge von erfahrenen Experten und Praktikern auf diesem Gebiet, die ihr Wissen gerne an Sie weitergeben und mit Ihnen aktuelle Trends diskutieren.

Ihre Vorteile durch ein effizientes Marketing- und Vertriebscontrolling:

1. Identifikation von möglichen Verlustquellen
2. Sinnvolle und sparsame Verwendung Ihres Marketingbudgets
3. Nachhaltige Verbesserung der Qualität Ihrer Marketingmaßnahmen

Wen treffen Sie auf dieser Veranstaltung?

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen:

- Controlling
- Marketing und Marketingcontrolling
- Produktmanagement
- Brandmanagement
- Vertrieb und Vertriebscontrolling
- Key-Account-Management
- Kommunikation und Marktforschung
- Unternehmensentwicklung
- EDV und Organisation

sowie

Führungskräfte und Mitarbeiter von Vertriebsgesellschaften und Vertriebs-Profit-Centern

INFOLINE

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?
Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt:

Dipl.-Kffr. Ilga Koners
(Konferenz-Managerin)

Organisation:

Natascha Schweingruber
(Senior-Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: natascha.schweingruber@euroforum.com

Telefon: 02 11/96 86-35 37

SPONSORING UND AUSSTELLUNGEN

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

Christine Max (Senior-Sales-Managerin)

Telefon: 02 11/96 86-37 17

Fax: 02 11/96 86-47 32

E-Mail: christine.max@euroforum.com

WIR ÜBER UNS

Der Name EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Die EUROFORUM Deutschland GmbH ist ein Unternehmen der Informa plc, einem börsennotierten Medienunternehmen für Finanz- und Wirtschaftsinformationen mit Sitz in London.

DONNERSTAG, 27. NOVEMBER 2008

Praktische Erfahrungen mit Marketing- und Vertriebscontrolling

9.00–9.30

Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Konferenzunterlagen

9.30–9.45

Begrüßung durch EUROFORUM und den Vorsitzenden

Prof. Dr. Heiko Auerbach, Lehrstuhl für Marketing & Sales,
Fachhochschule Stralsund

Trends im Marketing- und Vertriebscontrolling

9.45–10.45

Facetten des Marketing- und Vertriebscontrollings

- Aufgaben und Funktionen des Controllings in Marketing und Vertrieb
- Fragestellungen und Instrumente des Strategischen Marketing-Controllings
- Marketing-Mix-Controlling mit Kennzahlen
- Sonderthemen des Marketing- und Vertriebscontrollings
- Organisatorische Aspekte des Marketingcontrollings

Prof. Dr. Heiko Auerbach

10.45–11.15 Pause mit Kaffee und Tee

11.15–12.15

Organisation eines erfolgreichen Vertriebscontrollings – von der Strategie zur Umsetzung

- Kritische Bestandsaufnahme der Ist-Situation: Bewusstsein schaffen!
- Abgleich mit der Strategie: Lücken finden!
- Die neue Organisation erfinden: Verhalten ändern!
- Vertriebscontrolling umsetzen: Führen wollen und können!
- Beispiele zur Reflexion: Reklamation, Rechnung, Kommunikation, Six Sigma for Sales: Lernen erlauben!

Dr. Harald Schaub, Geschäftsführer, Chemische Fabrik Budenheim KG

12.15–12.30 Diskussion und Fragen an die Referenten

12.30–14.00 Gemeinsames Mittagessen

Umsetzung in der Praxis

14.00–15.00

Wertorientiertes Portfolio- und Produktcontrolling

- Portfolioanalyse und -bewertung
- KPIs im Rahmen von Innovations- und Investitionsentscheidungen
- Kernmethodik Deckungsbeitragsanalyse: Management von Produkt-, Vertriebs- und Marketingkosten als Beitrag zur wertorientierten Sortimentssteuerung
- Überblick über operative Marketing-Controlling Toolbox

Claudia Betcke, Internationales Controlling Westeuropa und MENA,
Henkel AG & Co. KGaA

15.00–15.45

Paneldiskussion

Zentrale Herausforderungen und neue Marktchancen durch gezieltes Marketing- und Vertriebscontrolling

Moderator: Prof. Dr. Heiko Auerbach

Panelteilnehmer: Die Referenten des Tages

15.45–16.15 Pause mit Kaffee und Tee

16.15–17.00

Markt- und Wachstumspotenziale durch Internationalisierung im Vertrieb

- Internationalisierung – warum?
 - Chancen und Risiken
 - Vorgehen und Tools zur Ermittlung von internationalen Wachstumspotenzialen
 - Marktvolumen und Wachstum
 - Kaufentscheidungsverhalten
 - „fit“ der eigenen Produkt-/Leistungsportfolios
 - Länderprofile und Festlegung von Länderstrategien
 - Lessons Learned – die wichtigsten Erfolgsfaktoren
- Thomas Weber, CFO, Uhlmann Pac-Systeme GmbH & Co. KG

17.00–17.45

Kennzahlen als Steuerungstool für Vertrieb und Marketing

- Anforderungen an die Gestaltung des Marketing- und Vertriebscockpits – Lessons Learned!
 - Einsatz der Balanced Scorecard als Planungs-, Informations- und Kontrollsystem
 - Die organisatorische und technische Umsetzung
 - Praxisbeispiel aus einer internationalen Vertriebsgesellschaft
- Ralf Hoffrichter, Geschäftsführender Gesellschafter, auxilium Managementberatung GbR

17.45–18.00

Abschlussdiskussion des Tages und Fragen an die Referenten

Ende des ersten Konferenztages und gemeinsamer Umtrunk [18.00]



Im Anschluss an den ersten Konferenztag findet ein gemeinsamer Umtrunk statt. Nutzen Sie die Gelegenheit zu vertiefenden Gesprächen mit Teilnehmern und Referenten in gemütlicher Atmosphäre!

FREITAG, 28. NOVEMBER 2008

Herausforderungen im Marketing- und Vertriebscontrolling erfolgreich bewältigen!

8.30–9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

9.00–9.05

Begrüßung durch EUROFORUM und den Vorsitzenden

Prof. Dr. Heiko Auerbach

Anwendung spezieller Instrumente

9.05–10.05

Erfolgreiche Kundenbeziehungen durch Kunden- und Ergebnisorientierung

- Instrumente entlang des Kundenlebenszyklus
- Beispiel Servicecontrolling
- Aufbau des Controllingverfahrens
- Erfahrungen und Maßnahmen

René Schlagentweith, Leiter Vertrieb,
DAK Unternehmen Leben

10.05–11.05

IT-Werkzeuge für das Marketing- und Vertriebscontrolling

- Schrott rein, Stahl raus – Werkzeuge zur Verbesserung der Datenqualität
- Architekten, Statiker und Handwerker: Bau eines tragfähigen Systems
- Die richtigen Werkzeuge vereinfachen die Arbeit: Softwareauswahl in einem dynamischen Softwaremarkt
- Prozesse im Griff: Verbindung von Business Intelligence mit operativen CRM-Aufgaben und -Systemen

Dr. Carsten Bange, Geschäftsführer, Business Application
Research Center – BARC GmbH

11.05–11.30 Pause mit Kaffee und Tee

Marketing-Wissen für die Zukunft

11.30–12.30

Marketing- und Vertriebs-Audits

- Audit Marketing und Vertrieb auf dem Prüfstand
- Compliance in Marketing und Vertrieb
- Informationsversorgung
- Return on Marketing

Andreas Wölker, Geschäftsführender Gesellschafter,
Confidenz GmbH

12.30–12.45 Diskussion und Fragen an die Referenten

12.45–14.00 Gemeinsames Mittagessen

14.00–15.00

Aufbau eines Controllings für Vertriebstöchter

- Effizienz in Vertrieb und Marketing
- Anforderungen an Vertriebstöchter
- Praxisbeispiel: Steuerung von Organisationseinheiten
 - Planung als Steuerungstool
 - Operatives Controlling
 - Strategisches Controlling

Thomas Weber

15.00–16.00

E-Marketing 2.0 – umfassend und wertorientiert

- E-Marketing 2008: Von der Kür zur Pflicht
- Einfach einfach ist zu einfach: Fallstricke des Controllings im Internet
- Messen, Fragen, Testen, Prüfen: Die vier Felder eines umfassenden E-Marketing-Controllings
- KPI & Co.: kennzahlengestützte Steuerung von Websites, Kampagnen und E-Commerce
- 360° Online Value: Den Wertbeitrag des E-Marketing ermitteln

Dr. Christian Bachem, Gründer und Partner, „companion GbR
Strategie und Coaching

16.00–16.30

Klärung abschließender Fragen und Zusammenfassung durch den Vorsitzenden

Ende der Konferenz [16.30]

Ihre Referenten



Professor Dr. Heiko Auerbach ist seit 1996 Professor für Marketing-Management und Entrepreneurship an der Fachhochschule der Hansestadt Stralsund. Er hat über internationales Marketing-Controlling promoviert und war seit 1988 freiberuflich als Unternehmensberater und Dozent für Marketing, Management und Controlling sowie im Rahmen unternehmensinterner Schulungen und Trainings tätig.



Dr. Christian Bachem ist Geschäftsführender Gesellschafter der Strategieberatung .companion. 2003 übernahm er eine dreijährige Vertretungsprofessur für Marketing und Kommunikationsprozesse an der FHTW Berlin. Darüber hinaus ist er als Dozent in der Führungskräfteweiterbildung aktiv - unter anderem im Rahmen der Medien MBA-Programme an der Uni St. Gallen und der Steinbeis Hochschule Berlin. Sein besonderes Interesse gilt dem Marketing im Spannungsfeld von technischem und gesellschaftlichem Wandel.



Dr. Carsten Bange ist Geschäftsführer des Business Application Research Centers (BARC). 1999 gründete er das BARC als neutrales Marktforschungs- und Beratungsunternehmen. Dr. Bange unterstützt seit zehn Jahren nationale und internationale Unternehmen verschiedenster Branchen und Größen im Rahmen der Strategieberatung, Werkzeugauswahl und Qualitätssicherung in Business-Intelligence- und Performance-Management-Projekten. Er ist ein häufiger Redner bei Tagungen und Seminaren sowie Autor zahlreicher Fachpublikationen und Marktstudien.



Claudia Betcke ist verantwortlich für das internationale Controlling Westeuropa und MENA bei der Henkel AG & Co. KGaA. Sie begann ihre berufliche Laufbahn als Marketing Controller für das internationale Haargeschäft. Seitdem hatte Frau Betcke verschiedene Positionen inne, darunter im internationalen Marketing, Brand Management und später im internationalen Controlling. Sie übernahm dort zunächst die Verantwortung für die Region Central-/Osteuropa und später West- und Südeuropa, wo sie die gesamte Ergebnis- und Vermögensrechnung der jeweiligen Länder betreute.



Ralf Hoffrichter ist in verschiedenen beratenden und verantwortenden Funktionen in der Telekommunikationsindustrie tätig. Seine Schwerpunkte liegen hierbei im Aufbau und der Weiterentwicklung der kaufmännischen Funktionen im Unternehmen und umfassen alle Aspekte aus Accounting und Controlling. So befasste er sich zum Beispiel in der Stabsfunktion Reporting bei der Vodafone D2 GmbH mit der Neuorganisation des Reportings. Zuvor war er Partner bei der BearingPoint GmbH, in der er seit 1989 tätig war.



Dr. Harald Schaub ist seit 2004 Mitglied der Geschäftsleitung der Chemischen Fabrik Budenheim KG. Seine Interessenschwerpunkte sind Wert- und Werte-Management, Investitions- und Akquisitionsmanagement, Risikomanagement, Strategische Planung, Führungslehre, Globale Business Organisation und Six Sigma. Herr Dr. Schaub trat 1996 in die Dr. August Oetker KG, die Holding der Oetker-Gruppe, ein. Dort war er als Hauptabteilungsleiter Betriebswirtschaft zuständig für zentrales Controlling, Unternehmensentwicklung, M&A sowie interne Beratung der gesamten stark diversifizierten Oetker-Gruppe.



René Schlagentweith ist seit 2007 Leiter Vertrieb bei der DAK Unternehmen Leben in Hamburg. Er war vorher als Referent des Vorstands und Controller/EFQM-Assessor aktiv. Schwerpunkte sind der Anstoß und die zielgerichtete Begleitung von Veränderungsprozessen durch Organisations- und DV-Projekte. Für die Entwicklung eines Servicecontrollings, mit dem der Service der DAK-Geschäftsstellen gemessen und dezentral gesteuert werden kann, wurde er mit dem Controlling Award der KRP Kostenrechnungspraxis ausgezeichnet.



Thomas Weber ist seit 2005 als CFO bei Uhlmann Pac-Systeme in Laupheim/Ulm tätig. Er war vorher fünf Jahre für eine europaweit agierende Unternehmensberatung als Senior Consultant aktiv. Zuvor war er langjährig leitend im kaufmännischen Bereich mittelständischer Unternehmen, zuletzt als Chefcontroller bei der im M-Dax notierten Krones AG in Regensburg/Neutraubling tätig. Er begleitete zahlreiche Projekte z. B. zur Implementierung von SAP R/2 und R/3, Prozess-/Kostenoptimierung, Geschäftsplanung und Strategieentwicklung.



Andreas Wölker ist seit 1996 Geschäftsführender Gesellschafter der Confidenz GmbH in Köln. Er arbeitete nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln zunächst als Berater bei der B2B-Unternehmensberatung Töpfer, danach in einer Zentralabteilung der BASF AG. Anschließend war er Marketingleiter für Konsumprodukte in den deutschsprachigen Ländern bei der COMPO GmbH Münster (seinerzeit BASF AG).

[Kenn-Nummer]37VM

EUROFORUM-KONFERENZ

Marketing- und Vertriebscontrolling

Erfolgreicher Einsatz zukunftsweisender Instrumente

27. und 28. November 2008

Dorint Hotel An der Messe Köln

Deutz-Mülheimer-Straße 22-24, 50679 Köln,

Telefon: 02 21/801 90-0

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

Ja, ich nehme am 27. und 28. November 2008 in Köln teil

[P1103044M012]

zum Preis von € 1.849,- zzgl. MwSt. p.P.

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]

[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt.

[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]

Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

TEILNAHMEBEDINGUNGEN. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken beträgt € 1.849,- zzgl. MwSt. pro Person und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

IHRE DATEN. Ihre Daten werden von der EUROFORUM Deutschland GmbH und Partnerunternehmen zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre **Einwilligung**, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie bitte entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung [Tel.: 02 11/96 86-33 33]. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

IHRE ZIMMERRESERVIERUNG. Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

IHR TAGUNGSHOTEL STELLT SICH VOR. Moderne Eleganz gepaart mit zeitgenössischer Kunst und rheinischer Herzlichkeit. Einfach perfekt als Start für Ihren Aufenthalt – herzlich willkommen im Dorint Hotel An der Messe Köln. Planen Sie Ausstellungen, Produktpräsentationen, Seminare, Workshops oder Bankettveranstaltungen? Unsere 13 variabel kombinierbaren Konferenz- und Veranstaltungsräume auf 1.173 qm bieten Platz für bis zu 550 Personen. Ideale Verkehrsanbindungen machen uns zum idealen Treffpunkt für Geschäfts- und Städtereisende aus aller Welt. Erfolgreiche Events und rauschende Feste? Dorint Hotel An der Messe Köln! Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt das Dorint Hotel An der Messe Köln Sie ganz herzlich zu einem Umtrunk ein.

Name

Position/Abteilung

E-Mail

Firma

Ansprechpartner im Sekretariat

Anschrift

Telefon

Fax

Datum, Unterschrift

Rechnung an (Name)

Abteilung

Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst oder Name: _____ Position: _____

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40

telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-35 37 [Natascha Schweingruber]

Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-3000

schriftlich: EUROFORUM Deutschland GmbH
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: anmeldung@euroforum.com
info@euroforum.com

im Internet: www.euroforum.de/p1103044