



Lehrgang I Zertifizierter Vertriebsmanager Automotive

21

Lehrgang im Überblick

22

Seminare im Überblick

24

Faxanmeldung

25

Allgemeine Informationen / Anmeldebedingungen

26

Lehrgang

Zertifizierter Vertriebsmanager Automotive

Das kompakte und maßgeschneiderte Training für Vertriebsmitarbeiter in der Automobilindustrie

Mit diesem Lehrgang steht Unternehmen der Automobilzulieferindustrie ein Ausbildungskonzept zur Verfügung, das speziell auf die Herausforderungen des Vertriebs angepasst ist. Der extrem starke Wettbewerb in der Zulieferindustrie (B2B, Erstausrüstung) und ständig steigende Anforderungen der Kunden stellen auch die Vertriebsabteilungen laufend vor neue Herausforderungen. Sie bestimmen maßgeblich die Positionierung des Unternehmens in diesem Marktumfeld.

Praxis im Mittelpunkt

Neben theoretischen Inputs und Diskussionen steht in diesem Lehrgang das Arbeiten an konkreten Projekten im Vordergrund. Dies ermöglicht einen hohen Praxisbezug und eine nachhaltige Kompetenzsteigerung bei den Teilnehmern. Vorträge und Diskussion mit ausgewählten Gastreferenten aus automotiven Unternehmen bilden begleitende Elemente der Wissensvermittlung.

Ihr Nutzen

- Mit umfassendem und sofort umsetzbarem Wissen über die Automobil- und Zulieferindustrie können Sie Ihre strategische Positionierung verbessern
- Sie erkennen Stellhebel für die deutliche Verbesserung des Vertriebsmanagements in Ihrem Unternehmen
- Sie bauen Ihre internationalen Vertriebskompetenzen aus
- Sie können Ihre unternehmensspezifischen wichtigen Themen und Aufgabenstellungen einbringen
- Sie knüpfen wertvolle Kontakte mit Fachexperten und Berufskollegen

Dieser Lehrgang ist speziell konzipiert für:

- Vertriebs- und Key Account Manager
- Nachwuchs- und Führungskräfte in Vertrieb und Marketing
- Qualifizierte Mitarbeiter in vertriebsnahen Funktionen
- Personen, die sich auf eine Aufgabe im automotiven Vertrieb vorbereiten
- Mitglieder von Verkaufsteams
- Mitarbeiter in der technischen Kundenbetreuung

Expertenwissen aus erster Hand

Durch die Kombination der Kernkompetenz „Internationales Vertriebsmanagement, B2B-Marketing und Interkulturelles Management“ von der FH Oberösterreich (Campus Steyr) Studiengang Global Sales and Marketing ist maßgeschneidertes Expertenwissen auf höchstem Niveau garantiert.

Top-Unternehmen zeigen ihre Erfolgsmodelle

Zahlreiche Automobilzulieferunternehmen haben durch ihre Anregungen, Ideen und die Bereitstellung von Praxisbeispielen aktiv am Gelingen dieses Lehrgangs mitgewirkt.

Unser besonderer Dank gilt dabei folgenden Firmen:

Banner GmbH

POLYTEC FOR Car Styling GmbH & Co KG

Saxinger Chalupsky & Partner Rechtsanwälte GmbH

Jung+Partner Management GmbH

BMW Motoren GmbH

und FH Oberösterreich (Campus Steyr)

Ihr Weg zum Zertifikat „Vertriebsmanager Automotive“

Der Lehrgang „Zertifizierter Vertriebsmanager Automotive“ besteht aus vier Spezialseminaren.

Nach Teilnahme an allen vier Seminaren können Sie zur Abschlussprüfung antreten. Im Rahmen der Prüfung sind eine Projektarbeit, die auf die Inhalte des Lehrgangs Bezug nehmen muss und ein damit verbundenes Prüfungsgespräch abzulegen.

Die Projektarbeit kann inhaltlich mit den Herausforderungen des Vertriebs im eigenen Unternehmen verknüpft werden. Nach positiver Absolvierung erhalten Sie das Zertifikat „Vertriebsmanager Automotive“. Dieses Zertifikat weist Sie als Experte auf diesem Gebiet aus..

Modul	Termin	Normalpreis	Partnerpreis
VM-MU „Markt- und Kundeninformationen analysieren, Trends erkennen und optimal nützen“	14.-16. 11. 2011	€ 970,-	€ 780,-
VM-KA „Key Account Management Automotive“	5.-7. 3. 2012	€ 970,-	€ 780,-
VM-VR „Vertragsrecht in der Automobilzulieferindustrie“	7. 5. 2012	€ 440,-	€ 350,-
VM-OM „Verhandlungsführung & Erfolgreicher Abschluss“	21.-22. 5. 2012	€ 730,-	€ 950,-
Prüfung mit Zertifikat	26. 9. 2012	€ 460,-	€ 370,-

Gasthof Fischer

Welser Straße 14, 4616 Marchtrenk

Markt- und Kundeninformationen analysieren, Trends erkennen und optimal nützen

Tag 1 und Tag 2

Marktanalyse und Marktforschung

Wie Vertriebsmanager Trends und Entwicklungen in der Automobilindustrie nachhaltig erkennen, systematisch erheben und im Vertrieb optimal nutzen.

Ziele

Nach einem aktuellen Input vom Gastreferenten erhalten die Teilnehmer in kompakter Form einen allgemeinen Überblick über die aktuelle Marktsituation sowie die spezifischen Wirkungszusammenhänge in der Automobilindustrie.

Im methodischen Teil lernen die Teilnehmer Instrumente und Quellen im Vertrieb kennen und in strukturierter Form nutzen, um fortlaufend aktuelle Informationen über die Entwicklung der OEMs, Systemlieferanten und der Wettbewerber zu erhalten.

Inhalte

Aktuelles aus der Automobilindustrie – wie „tickt“ der Markt?

- Ein Einkäufer aus der Automobilindustrie bietet einen Einblick in den automotiven Markt und seine besonderen Regeln und Gesetze
- Die Diskussion dieser Ergebnisse leitet über zu den Informationsschwerpunkten und Rahmenbedingungen, die der Vertriebsmanager in der Automobil- und Zulieferindustrie kennen muss, um erfolgreich zu arbeiten.

Trends und Entwicklungen erkennen ...

- Makroökonomische und demographische Rahmenbedingungen der Automobil- und Zulieferindustrie
- Aktuelle Situation und Marktüberblick über OEMs und Systemlieferanten
- Marktseitige und technologische Trends
- Ausgewählte Strategien der Automobilhersteller und Systemlieferanten (Marken und Produktstrategien)
- Herausforderungen und Chancen für die Zulieferindustrie

Methoden: ... Marktdaten und Informationen systematisch im Vertrieb erheben

- Ein Marktanalyseprojekt konzipieren und durchführen
- Methoden der Marktanalyse und -forschung
- Erkennen und strukturieren von Marktsegmenten
- Wettbewerbsanalyse (Competitive Intelligence)
- Praktische Anwendung einzelner Datenerhebungsmethoden
- Konzeption und Durchführung von Kundenzufriedenheitsanalysen (ISO TS 16949)
- Datenauswertung und Analyse

Referent

Mag. Andreas Zehetner, FH Oberösterreich (Campus Steyr)

Gastreferent

Paul Deliomini, BMW Motoren GmbH

Tag 3

Innovationen erfolgreich managen, präsentieren und verkaufen

Ziele

In dieser schwierigen Phase der Automobilindustrie versuchen viele Zulieferer sich über neue Produkte bzw. Innovationen zu differenzieren. Ein Ziel dieses Seminars ist es daher, die wichtigsten Aspekte des Innovationsmanagements kennen zu lernen und diese erfolgreich im Verkauf umzusetzen.

Ein zentraler Punkt des Innovationsmanagements ist die frühzeitige Einbeziehung des Kunden in das Entwicklungsprojekt. Speziell hier spielt der „aktive“ Verkäufer eine besonders wichtige Rolle und muss Sprachrohr sowohl für den Kunden als auch für die eigene Organisation sein. Effektiver Verkauf von Innovationen bedarf überzeugender Präsentationen! Verkäufer sind die Kommunikationsdrehscheibe zwischen Kunden und der eigenen Organisation. Das notwendige Rüstzeug dafür inklusive der Instrumente und das Erproben erfolgreicher Präsentationen sind ein weiteres Ziel dieses Moduls.

Inhalte

Innovationsmanagement & Verkauf von Innovationen

- Langfristige Entwicklung in der Automobilindustrie verstehen und daraus Möglichkeiten generieren (z.B. Verkürzung der Entwicklungszeiten)
- Innovationsmanagement von der Idee bis zur Umsetzung
- Ideenfindung und Bewertung
- Kernelemente des Innovationsmanagements – Einbeziehung des Kunden
- Die Rolle des Verkaufs im Innovationsprozess

Präsentationstechnik für die Automobilindustrie

- Schlüsselfaktoren für erfolgreiches Präsentieren in der Automobilindustrie
- Gestik, Mimik und Sprache
- Aufbau einer schlüssigen Präsentation für die Automobilindustrie
- Verschiedene Präsentationsmedien
- Das Publikum miteinbeziehen und begeistern

Referent

Ing. Mag. Robert Füreder, FH Oberösterreich (Campus Steyr)

Dauer: 3 Tage

Key Account Management Automotive - Kunden gewinnen, binden und managen

Ziele

Das starke Abhängigkeitsverhältnis der Zulieferindustrie mit den Automobilherstellern und Systemlieferanten erfordert eine Weiterentwicklung des Verkaufs zum Key Account Management, in dem strategische Aufgaben neben der professionellen Betreuung der OEMs entscheidend für den Erfolg sind.

Die Teilnehmer werden mit den Besonderheiten des Einkaufs von OEMs vertraut gemacht und verstehen die Auswahl von strategischen Kunden. Sie sind in der Lage, längere Verkaufsprozesse aktiv zu gestalten, individuelle Kundenstrategien zu entwerfen, Potenziale der Kunden zu erkennen und das Business mit den OEMs weiter zu entwickeln. Sie kennen die Stellhebel und Instrumente, um die automotiven Schlüsselkunden aktiv zu managen.

Die unterstützenden vorgestellten Instrumente und Vertriebswerkzeuge werden durch die Teilnehmer im Rahmen des Seminars erprobt. Best-Practice-Beispiele österreichischer Paradeunternehmen und ein Bericht eines Automobilzulieferers zeigen, wie die Seminarinhalte in der Praxis angewendet werden.

Inhalte

- Einkaufsstrategien- und prozesse
- Aufgaben und Verantwortlichkeiten eines Key Account Managers Automotive
- Strategische Kundenentwicklung und Ableitung kundenindividueller Strategien
- Strategisches Verkaufen – Stellhebel im Verkaufsprozess
- Heben von Kundenpotenzialen und Entwicklung des Business mit den OEMs
- Beziehungsmanagement
- Kundenkontaktmanagement
- Wichtige Instrumente und Vertriebswerkzeuge im Key Account Management Automotive (Portfolio-Analysen, Buying-Center-Analysen, Kundenkontaktpläne, ...)

Referent

Mag. Christian Stadlmann, FH Oberösterreich (Campus Steyr)

Gastreferentin

Sieglinde Kaiser, POLYTEC FOR Car Styling GmbH & Co KG

Dauer: 3 Tage

Vertragsrecht in der Automobilzulieferindustrie

Ziele

Die meist stärkere wirtschaftliche Position des Kunden prägt oft die vertragliche Beziehung zum Zulieferunternehmen. Von größter Wichtigkeit ist daher für den Vertriebsmanager, die rechtlichen Stolpersteine zu kennen, um für Verhandlungsgespräche gerüstet zu sein. Ziel des Wahlmoduls ist die Erarbeitung von bedeutenden rechtlichen Grundlagen für die Vertragsgestaltung. Das Erkennen problematischer Vertragsklauseln kann vor unangenehmen Überraschungen bewahren.

Inhalte

■ Vertragsgestaltung und AGBs beinhaltet wesentliche gesetzliche Vorgaben sowie wertvolle Hinweise für die Verhandlung und Gestaltung von Verträgen. Chancen und Risiken allgemeiner Geschäftsbedingungen werden leicht verständlich analysiert, im Zentrum stehen Tipps aus der anwaltlichen Praxis.

- Gewährleistung und Schadenersatzrecht behandelt die möglichen Gewährleistungsansprüche der Kunden, die Unterscheidung zwischen Gewährleistung und Garantie, das Verhalten bei einer Serviceaktion, die Behandlung von Ansprüchen bei Mangelfolgeschäden und bei entgangenem Gewinn sowie bei Betriebsunterbrechung (Bandstillstand).
- Produkthaftung beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit Beginn und Ende dieser Haftung, dem Inhalt der einschlägigen Ansprüche, dem Ablauf der Produkthaftung sowie den möglichen Haftpflichtigen. Darüber hinaus wird die rechtliche Situation bei Rückrufaktionen behandelt.

Referent

Dr. jur. Karl Weinhäupl, M.B.L., Saxinger, Chalupsky & Partner Rechtsanwälte GmbH

Dauer: 1 Tag

Vertragsrecht in der Automobilzulieferindustrie

Ziele

Die meist stärkere wirtschaftliche Position des Kunden prägt oft die vertragliche Beziehung zum Zulieferunternehmen. Von größter Wichtigkeit ist daher für den Vertriebsmanager, die rechtlichen Stolpersteine zu kennen, um für Verhandlungsgespräche gerüstet zu sein. Ziel des Wahlmoduls ist die Erarbeitung von bedeutenden rechtlichen Grundlagen für die Vertragsgestaltung. Das Erkennen problematischer Vertragsklauseln kann vor unangenehmen Überraschungen bewahren.

Inhalte

■ Vertragsgestaltung und AGBs
beinhaltet wesentliche gesetzliche Vorgaben sowie wertvolle Hinweise für die Verhandlung und Gestaltung von Verträgen. Chancen und Risiken allgemeiner Geschäftsbedingungen werden leicht verständlich analysiert, im Zentrum stehen Tipps aus der anwaltlichen Praxis.

- Gewährleistung und Schadenersatzrecht
behandelt die möglichen Gewährleistungsansprüche der Kunden, die Unterscheidung zwischen Gewährleistung und Garantie, das Verhalten bei einer Serviceaktion, die Behandlung von Ansprüchen bei Mangelfolgeschäden und bei entgangenem Gewinn sowie bei Betriebsunterbrechung (Bandstillstand).
- Produkthaftung
beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit Beginn und Ende dieser Haftung, dem Inhalt der einschlägigen Ansprüche, dem Ablauf der Produkthaftung sowie den möglichen Haftpflichtigen.
Darüber hinaus wird die rechtliche Situation bei Rückrufaktionen behandelt.

Referent

Dr. jur. Karl Weinhäupl, M.B.L., Saxinger, Chalupsky & Partner Rechtsanwälte GmbH

Dauer: 1 Tag

Verhandlungsführung & erfolgreicher Abschluss

Inhalte

Wie bereite ich mich auf das Gespräch vor? Wie entsteht eine echte Win-Win-Situation?

In diesem als Workshop aufgebauten Modul erfahren die Teilnehmer die Gemeinsamkeiten eines gut geführten Einkaufs(Verkaufs)-gespräches.

Die Teilnehmer werden feststellen, dass die Ziele oft die gleichen sind und nur gemeinsam Erfolg erreicht wird. Die Zeit des Hardsellings und über „den Tisch ziehen“ sind vorbei. Partnerschaftliche und langfristige Beziehung stärken den Einkauf und gleichzeitig den Verkauf. Strukturen und Gesprächspolarisierungen, Methoden der gemeinsamen Zielfindung.

Buyingcenter versus Sellingcenter, Konzepte und Strategien zum Erreichen des optimalen Erfolges (ohne „faule“ Kompromisse).

Im Workshop lernen die Teilnehmer die Sichtweise Ihres Gegenübers zu verstehen und können Ihre eigene Position stärken.

Referent

Arnold Zugsberger, Arnold Zugsberger Consulting AG

Dauer: 2 Tage

Prüfung Vertriebsmanager Automotive

Abschluss des Lehrganges mit einer kommissionellen Prüfung ist möglich. Die Prüfung besteht aus einem schriftlichen Teil (=Projektarbeit) und einem mündlichen Teil, der die (PowerPoint) Präsentation des Abschlussberichtes des Projektes sowie ein Fachgespräch zu der Projektarbeit umfasst.

Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung

Anwesenheitspflicht: mindestens 75 %
Verfassen und positive Beurteilung der Projektarbeit durch den Betreuer.

Dauer: ca 1 Stunde

Lehrgang

Zertifizierter Vertriebsmanager Automotive

Ich melde mich verbindlich zu folgenden Seminaren zu umseitig abgedruckten Bedingungen an:
(Bitte pro Person jeweils ein Formular verwenden und Zutreffendes ankreuzen.)

VM-MU „Markt- und Kundeninformationen analysieren, Trends erkennen und optimal nützen“

Normalpreis € 970,- Preis für AC-Partner € 780,-

14. bis 16. November 2011

VM-KA „Key Account Management Automotive“

Normalpreis € 970,- Preis für AC-Partner € 780,-

5. bis 7. März 2012

VM-VR „Vertragsrecht in der Automobilzulieferindustrie“

Normalpreis € 440,- Preis für AC-Partner € 350,-

7. Mai 2012

VM-OM „Verhandlungsführung & Erfolgreicher Abschluss“

Normalpreis € 730,- Preis für AC-Partner € 590,-

21. bis 22. Mai 2012

Prüfung mit Zertifikat

Normalpreis € 460,- Preis für AC-Partner € 370,-

26. September 2012

alle Preise exklusive MwSt.

jeweils von 9.00 bis 17.00 Uhr

Titel / Vorname / Nachname

Firma / Institution / Abteilung

Postleitzahl / Ort / Straße / Hausnummer

Rechnungsadresse

Telefon

Unser Unternehmen ist Partner im:

AC OÖ

Fax

E-Mail

Unterschrift / Datum

Allgemeine Informationen / Anmeldebedingungen

Ihr 10 % Preisvorteil!

Sie erhalten einen Preisnachlass von zehn Prozent, wenn die gesamte Lehrgangreihe **vier Wochen** vor Beginn des ersten Seminars gebucht wird (exkl. Prüfungsgebühr)!

Anmeldebedingungen

Aufgrund der mit 15 Personen begrenzten Teilnehmerzahl sowie der umfassenden Vorarbeiten wird um eine rasche Anmeldung gebeten. Anmeldeschluss ist jeweils 14 Tage vor Kursbeginn.

Sie erhalten unmittelbar nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung. Die Rechnungslegung erfolgt nach Kursbeginn. Die endgültige Entscheidung, ob ein Modul auf Grund der angemeldeten Teilnehmerzahl durchgeführt werden kann, fällt in der Regel 14 Tage vor Seminarbeginn. Nur in Ausnahmefällen wird damit bis eine Woche vor Seminarbeginn zugewartet. Es ist daher empfehlenswert, wenn Sie sich ehestmöglich – also schon vor der 14-Tage-Frist – zum Modul anmelden, da Ihre Anmeldung entscheidend für das Zustandekommen des Moduls sein kann.

Bei Stornierung der Anmeldung (nur schriftlich) bis sieben Tage vor Kursbeginn erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von 30 Prozent der gebuchten Leistungen exkl. MwSt. Danach bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers ist die gesamte Gebühr zu entrichten. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Die Teilnahmegebühren beinhalten sämtliche Lehrgangs- und Prüfungsunterlagen, Mittagessen sowie Pausengetränke.

Haftung

Für den Fall, dass ein Lehrgang oder ein Seminar ohne grobes Verschulden der Clusterland OÖ GmbH nicht oder nicht zum vorgesehenen Zeitpunkt stattfindet, übernimmt die Clusterland OÖ GmbH für etwaige Schäden der Teilnehmer keine Haftung.

Veranstaltungsort

Gasthof Fischer

Welser Straße 14

4614 Marchtrenk

Tel.: +43 7243 52219

E-Mail: fischer@gasthof-fischer.at

www.gasthof-fischer.at

Eine detaillierte Wegbeschreibung erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

Gesamtkoordination

Clusterland Oberösterreich GmbH

Automobil-Cluster

Hafenstraße 47 – 51

4020 Linz

Fragen und Informationen

Bettina Mayrhofer

Telefon: +43 732 79810-5084

E-Mail: bettina.mayrhofer@clusterland.at

Nützen Sie für Ihre Anmeldung die Fax-Antwort oder melden Sie sich online unter www.automobil-cluster.at an!