

Agenda Vertriebscontrolling & Pricing (1. Februar 2018)

I)	Vorstellung, Erwartungen und Agenda	10.00 - 10.30 Uhr
II)	Vertriebscontrolling	10.30 – 14.30 Uhr
1)	Theoretische Grundlagen Vertriebscontrolling	10.30– 11.30 Uhr
1.1)	Definition, Aufgabengebiete, organisatorische Eingliederung Vertriebscontrolling	
1.2)	Konzept Deckungsbeitrag	
1.3)	Konzept Kostenstelle- & träger	
1.4)	Konzept Pareto Analyse	
1.5)	Konzept Activity based costing / Prozesskostenrechnung	
1.6)	Konzept Scoring Modell	
2)	Kunden-/Produktprofitabilität	
2.1)	Grundlagen der Kundenprofitabilität	
	Pause	11.30– 11.45 Uhr
	Kunden-/Produktprofitabilität	11.45 – 13.15 Uhr
2.2)	8 Schritte der Kundenprofitabilitätsanalyse	
2.3)	Gruppenarbeit: Produktprofitabilität, Neukundenprofitabilität	
2.4)	Case studies: Best practices Kunden/Produktprofitabilitätsanalysen	
3)	Sales Perfomance Indicators	
3.1)	Auszug Kennzahlen Vertrieb und Anwendung	
	Mittagspause	13.15 – 14.15 Uhr
	Zusammenfassung Vertriebscontrolling	14.15 – 14.30 Uhr
III)	Pricing	14.30 – 16.45 Uhr
1)	Theoretische Grundlagen des Pricings	14.30- 15.30 Uhr
1.1)	Methoden der Preisfindung	
1.2)	Lebenszyklus Management	
1.3)	Standardisierung von Pricing im Unternehmen	
2)	Benchmarking und erfolgreiche Umsetzung des Pricings	15.30- 16.00 Uhr
3)	Aktuelle Trends im Pricing (SaaS, Artificial Intelligence, neue Entwicklung für Mittelständler)	16.00 – 16.45Uhr
	Q&A Pricing	
IV	Zusammenfassung	17.00 – 17.30 Uhr
	Vernetzung von Vertriebscontrolling und Pricing	