

St. Galler Verkaufs- & Vertriebsmanagement Programm

Durchführungen

2025

Nr. 43425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, Stuttgart
2. Teil	3. – 6. Februar 2026, Davos

2026

Nr. 43126	1. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. März 2026, Lenzerheide
2. Teil	4. – 7. Mai 2026, Bregenz

Nr. 43226	2. Durchführung 2026
1. Teil	15. – 18. Juni 2026, Rottach-Egern
2. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Stuttgart

Nr. 43326	3. Durchführung 2026
1. Teil	5. – 8. Oktober 2026, Berlin
2. Teil	9. – 12. November 2026, Luzern

Nr. 43426	4. Durchführung 2026
1. Teil	7. – 10. Dezember 2026, St.Gallen
2. Teil	12. – 15. April 2027, Berlin

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/43

Zielgruppe (w/m)

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des kompakten Ausbildungs- und Weiterbildungslehrgangs «St. Galler Verkaufsmanagement Programm» sind Umsatz- bzw. Resultatverantwortliche, die neuestes Wissen und ihre strategischen und operativen Verkaufsmangement-Kenntnisse weiterentwickeln und dadurch optimale Resultate erbringen wollen:

1. Verkaufs-, Vertriebs- und Business-Unit-Leiter.
2. Geschäftsführer und Unternehmer.
3. Verkaufs- und Vertriebsverantwortliche, die wichtige zusätzliche verkaufsorientierte Funktionen übernehmen bzw. diese Position neu übernommen haben.
4. Filial- und Niederlassungsleiter.
5. Produkt- und Projektverantwortliche.
6. Führungskräfte, die zunehmend mit bedeutenderen Verkaufsaufgaben konfrontiert werden.

Konzept

Markt- und Verkaufserfolge sind gerade in diesen digitalen Zeiten in den wenigsten Fällen Zufall: Sie basieren vielmehr auf durchdachten Verkaufskonzepten, einer optimalen Verkaufsteuerung und -führung, mit denen sich die gesetzten Ziele und Planungen auch tatsächlich realisieren lassen und einer hohen Kommunikationskompetenz im Umgang mit Kunden, Partnern und den eigenen Mitarbeitenden.

Das Seminar vermittelt die Schlüsselprinzipien und die zentralen Elemente erfolgreichen Verkaufs- und Vertriebsmanagements.

Sie erfahren und trainieren vielfach erprobte Methoden und Instrumente, die anschliessend in der Praxis sofort anwendbar sind. Das Seminar konzentriert sich zum einen auf die konzeptionellen Fragen des Verkaufsmanagements und stellt zum anderen die operative Umsetzung des Verkaufsverantwortlichen in den Vordergrund.

Folgende Fragestellungen werden intensiv behandelt:

- Wie werden griffige Verkaufsmangementkonzepte – gerade auch in digitalen Zeiten – im Einklang mit der Gesamtstrategie erarbeitet und umgesetzt?
- Wo lauern die grössten Flopgefahren? Wie wird die jeweilige Erfolgswahrscheinlichkeit verbessert?

- Welche präzisen Tools helfen bei der Bestimmung der eigenen Position und die anderer Unternehmen?
- Welche kundenspezifischen Verkaufsstrategien haben sich in der Praxis bewährt?
- Wie wird der eigenen Verkaufsmannschaft zu Schlagkraft am Markt verholfen?
- Wie wird ein strategie- und kundenorientierter Vertrieb aufgebaut?
- Was tun zu den Themen Digital Customer Care und aktives Key Account-Management?
- Wie wird der Verkaufsverantwortliche zum Teamleader?
- Welche Gesetzmässigkeiten guter Kommunikation sind gerade im Verkauf und Kundenkontakt besonders wichtig?
- Wie der Kundennutzen so kommuniziert wird, dass damit die Erfolgchancen beim Abschluss von Geschäften oder beim Einholen von wichtigen Aufträgen optimiert werden.
- Wie bekommt man hohe Arbeitsbelastung und Verantwortungsdruck wirksam in den Griff?
- Welches sind die Hebel eines effektiven Verkaufscontrollings und damit höherer Rentabilität?

Themen

Verkaufen in digitalen Zeiten

- Merkmale des Verkaufsmanagements in der digitalen und klassischen Ökonomie
- Falsches Verkaufsmanagement als häufigster Engpass für Geschäftserfolg
- Voraussetzungen für überdurchschnittlichen Verkaufserfolg: Total Customer Focus, Kundenzufriedenheit, Customer Insight

Die präzisen Analyseinstrumente für Marktbearbeitung und Verkauf

- Verkaufsmanagement-Audit als Ausgangspunkt: Die Fallgruben der Kundenorientierung umgehen
- Konkurrenz- und Marktresearch: Vom Mitbewerber lernen – effizientes Beschaffen der richtigen Markt- und Kundeninformationen – Methodik zum Erspüren künftiger Bedürfnisse
- Bestimmen des Preis-/Leistungsquotienten
- Wann ist ein Redesign der Verkaufsprozesse nötig?
- Benchmarking als Analysetool richtig eingesetzt
- Neue Vertriebschienen im B2B- und B2C-Marketing dank Internet

Der Aufbau eines griffigen Verkaufsmanagement-Konzeptes

- Vom Kundenproblem zum Verkaufskonzept: Die notwendigen Schritte zur Konzepterarbeitung und Steuerungsfaktoren für Markterfolg
- Die Unique Selling Proposition (USP) bestimmen: Segmente, Nischen und Fähigkeiten im relevanten Markt definieren; Kundenerwartungen mehr als erfüllen
- Den richtigen Akquisitionsansatz dank Kaufprozessforschung finden: «Gekauft werden» oder «aktiv Erstkontakte erschliessen»?
- Erprobte Konzepte für stagnierende und schnell wachsende Märkte
- Organisations-Management im Verkauf: Definition und Erfolgsfaktoren der Vertriebsarchitektur; Verkaufskanalkonflikte

Marktbearbeitungs-Strategien definieren

- Das Spielbrett des Verkaufsmanagers als Ausgangslage: Old Game versus New Game – Head on versus Avoid
- Von Verkaufsstrategien, die nur Geld kosten, zu solchen, die Geld bringen

- Produkt-Marktstrategien für etablierte und neue Produkte
- Gezielte Dumpingpolitik, die greift
- Welche Grundregeln für Portfolio Management im Verkauf zu beachten sind
- Suche und Selektion von digitalen Märkten: Digitales Marketing

Der Verkaufsverantwortliche als Führungspersönlichkeit und Coach

- Verhaltens- und Führungssituationen im Verkauf
- Dynamisierung durch Empowerment
- Das Zusammenspiel der Verkaufsmannschaft: Schwachstellen im Team aufspüren und eliminieren
- Wie der Verkaufsverantwortliche zum Multiplikator wird
- Vom Produkt- zum Problemlösungsverkauf: Was ändert sich in der Führung? Führung 4.0

Die Umsetzung in der operativen Verkaufsführung

- Visionen, Leitbilder und Strategien im Verkauf
- Praxisbewährte Anreizsysteme
- Die Mobilisierung von Nichtkäufern, Kaufvereinfachung – Strategien zur Neukundengewinnung

- Rasche Umsatzsteigerung – wie vorgehen?
- So löst man sich von der Preis- und Konditionenspirale
- Tragende Kernfähigkeiten im Verkauf weiterentwickeln und Spielregeln im Umgang mit Kunden
- Den Innendienst aktivieren

Key Account Management

- Geschäftsausweitung durch ein systematisches Key Account Management-Konzept
- Wie werden Schlüsselkunden systematisch identifiziert und definiert?
- Ist eine «Planung von Beziehungen» möglich? Multilevel Beziehungsmanagement
- Potenzialausschöpfung, Kundenrentabilität und ungenutzte Potenziale: die «ungehobenen Schätze» unseres Unternehmens sichtbar machen
- Wie werden Kundenentwicklungspläne erfolgreich implementiert – Vom KAM-Portfolio zu Kundenentwicklungsplänen zur Steigerung der Wertschöpfung
- Customer Value und Grosskundengeschäft
- Der Werkzeugkasten des Key Account Managers

Anmeldekarte

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.

Ihre Anmeldung nehmen wir gerne per E-Mail, Post oder Internet entgegen.

St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80

Internet www.sgbs.ch

E-Mail seminare@sgbs.ch

Seminar-Name

Telefon

Seminar-Nummer, Seminar-Datum

Telefax

Vorname, Name

E-Mail

Firma

Stellung/Funktion

Strasse, Nummer

Geburtsdatum

Land, PLZ, Ort

Datum

Branche, Anzahl Beschäftigte

Unterschrift

JP 2026

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Management Seminare & Programme

Anmeldung

Ihre Anmeldung oder Bewerbung zu einem Management Seminar oder Programm nehmen wir gerne per E-Mail, Post oder Internet entgegen.

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- Informationen zu Ablauf, Hotel/Tagungszentrum und Anreise
- das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung www.sgbs.ch/hotel

Sollte das Seminar bereits ausgebucht sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet.

Seminargebühr, Hotelkosten, Themen

In der Seminargebühr (zzgl. gesetzl. MwSt.) sind der Kursbesuch sowie umfassende Seminarunterlagen enthalten. Die Seminarunterlagen werden von den Teilnehmenden kurz vor dem Seminar aus unserem Downloadzentrum elektronisch heruntergeladen. Dazu senden wir ein Mail mit einem Link zum Download. Nicht darin enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung, Frühstück, Verpflegung und Tagespauschale des Hotels bzw. Tagungszentrums. Diese müssen von den Teilnehmern:innen direkt dem Hotel bezahlt werden.

Es steht den Teilnehmer:innen selbstverständlich frei, ausserhalb des Seminarhotels zu übernachten. In diesem Falle bezahlen Sie die vom Hotel/Tagungszentrum verlangte Tagespauschale direkt an das Hotel/Tagungszentrum.

Das Kurshonorar wird nach erfolgter Anmeldung erhoben und ist spätestens 6 Wochen vor Seminarbeginn zu überweisen.

Kleinere Änderungen bei Themen, Themenabfolge und Referenten bleiben vorbehalten.

Zertifikat

Über den Besuch des Kurses erhalten Sie ein Kurszertifikat, bei einem mehrteiligen Programm im Verlauf des letzten Programtteils.

Umbuchung, Verschiebung

Bei einer Umbuchung eines gebuchten Seminars oder Seminarteils bis 3 Monate vor Beginn verrechnen wir eine Umbuchungsgebühr von CHF 400.– zzgl. MwSt. Bei einer Umbuchung im Zeitraum 6 Wochen bis 3 Monate vor Seminarbeginn sind 20% der Gebühren der umgebuchten Veranstaltung zu bezahlen. Bei einer Umbuchung weniger als 6 Wochen vor Beginn werden 40% der Gebühr fällig. Bei einer Umbuchung von weniger als 2 Wochen vor Seminarbeginn wer-

den 80% der Gebühr fällig. Bei Nichterscheinen verfällt die Gebühr entschädigungslos. Nicht besuchte Seminare und Seminarteile verfallen.

Bei einer Umbuchung kann es passieren, dass es ggf. zu allfälligen Programmänderungen/-anpassungen und -überschneidungen kommen kann. Daraus kann keine anteilige Rückerstattung der Seminargebühr abgeleitet werden.

Annullations, Rücktritt, Stornierung

Eine Annullations einer Anmeldung (Rücktritt oder Stornierung) ist bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos möglich. Bei einer Stornierung zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminargebühr zzgl. MwSt. verrechnet.

Alternativ kann bis 10 Tage vor Seminarbeginn gegen Bezahlung der Umbuchungsgebühr von CHF 700.– zzgl. MwSt. ein:e Ersatzteilnehmer:in gestellt werden, der Zielgruppenbeschreibung entsprechend.

Die volle Seminargebühr wird verrechnet, wenn die Stornierung weniger als 30 Werkstage vor Seminarbeginn erfolgt.

Einzelne Seminare können aufgrund höherer Gewalt vom Veranstalter kurzfristig oder

wegen Mangel an Teilnehmenden bis spätestens 10 Werkstage vor Seminarstart annulliert werden, ohne dass dabei ein Schaden geltend gemacht werden kann.

Verschiebung bei Gefahrenlage, Pandemie

Bitte lesen Sie dazu unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Management Seminare und Programme: www.sgbs.ch/agb

Versicherung, Haftung, Preisänderungen

Bitte lesen Sie dazu unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Management Seminare und Programme: www.sgbs.ch/agb

Es gilt **Schweizer Recht, Gerichtsstand ist St. Gallen.**

Mit dem Erscheinen eines neuen Prospektes verlieren jeweils alle früheren Angaben zu Inhalten, Bedingungen, Referenten und Preisen ihre Gültigkeit.

Unsere aktuellen AGB's Allgemeine Geschäftsbedingungen entnehmen Sie unter:

www.sgbs.ch/agb