



ZFU Marketing & Sales Academy

2. – 3. Mai 2011

3. – 4. November 2011

Profitables After-Sales-Geschäft im B2B

Mit Serviceleistungen Umsatz sichern & kontinuierlich wachsen

- **Strategie: Mit After-Sales systematisch wachsen und Wettbewerbsvorteile sichern**
Erfolgreiche Positionierung und Vermarktung von Service-Leistungen
- **Produkt-Portfolio: Kundenspezifische Service-Level gestalten und Loyalität schaffen**
Kundenerwartungen kennen und zum unverzichtbaren Problemlösungs-Partner werden
- **Vertrieb: Effiziente Service-Prozesse aufbauen und Dienstleistungen aktiv verkaufen**
Kern- und Support-Prozesse differenzieren und zum proaktiven Service-Vertrieb werden
- **Pricing: Ergebnisse durch die Gestaltung eines optimalen Preises steuern**
Erfolgreiche Preis-Strategien für Ersatzteile und Dienstleistungen

Service-Management als Wachstumsmotor im B2B

Das After-Sales-Geschäft kann mit einem Umsatzanteil von bis zu 50% des Gesamtumsatzes einen zentralen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten. Dennoch konzentrieren sich immer noch zahlreiche Unternehmen hauptsächlich auf das Neuprodukt-Geschäft. Durch professionelles After-Sales-Management kann einerseits Umsatz und Ertrag wesentlich gesteigert werden, andererseits kann durch die Service-Führerschaft Qualitätswahrnehmung, Image und Kundenloyalität positiv beeinflusst werden.

Erfahren Sie an zwei praxisorientierten Tagen von den Referenten, wie Sie die Service-Chancen Ihres Unternehmens nutzen und lernen Sie von den Service-Champions.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus produzierenden Unternehmen der Industrie- und Investitionsgüter-Branche:

- After-Sales-Verantwortliche
- Serviceleiter
- Marketing- und Verkaufsleiter
- Field Service Manager
- Business Unit und Product Manager
- Agenten oder Vertragshändler aus produzierenden Unternehmen der Industrie- und Investitionsgüter-Branche

Einstiegsniveau

Ihre Firma befasst sich damit After-Sales-Management professioneller und ertragswirksamer auszubauen. Sie wollen ein breites Spektrum an Service-Möglichkeiten, die dazu notwendige interne Abstimmung zwischen Verkauf und z.B. Montage, Instandsetzung, die Service-Logistik und nicht zuletzt die Preisfestlegung im Detail kennen lernen, damit die für Ihre Firma relevanten Massnahmen umgesetzt werden können.

Arbeitszeiten

- 1. Tag: 9.00 – 18.30 Uhr
- 2. Tag: 8.30 – 17.30 Uhr

Ihr Nutzen – warum Sie teilnehmen sollten:

- Sie erkennen das Potenzial Ihres Service-Angebots als Wettbewerbsvorteil und Differenzierungsfaktor und wissen dieses geschickt und systematisch auszubauen.
- Sie steigern durch proaktiven Service die Zufriedenheit und Loyalität Ihrer Kunden, Umsatz und Ertrag Ihres Unternehmens sowie dessen Position auf dem After-Sales-Markt massgeblich.
- Sie treten bei Ihren Kunden als Service-Partner für seine individuellen Problemlösungen auf. Nicht nur im Bereich der Ersatzteillogistik und Wartung, sondern mit einem umfassenden Service-Paket.
- Sie vermarkten Ihre Service-Leistungen dank einer optimalen Preisgestaltung profitabel.

Trainer / ZfU-Faculty

Tobias Hoffstaedter



Fachlicher Seminarleiter, ZfU Core-Faculty, Lehrauftrag für B2B-Service-Management. Seine Erfahrungen erlangte er als Business Director After-Sales bei Vectronix AG und Senior Consultant bei IMPULS Management Consulting. Er ist als selbständiger Unternehmer und Service-Berater tätig.

Tim Weiskat, ZfU Associate-Faculty, hat in den letzten 6 Jahren über 50 Service-Projekte in Entwicklung und Umsetzung bei führenden Unternehmen als Senior Consultant begleitet. Er ist Experte für Wachstumsstrategien, Entwicklung von neuen Service-Produkten und Optimierung von Service-Prozessen.

André P. Skerlavaj, ZfU Visiting-Faculty, leitet als Senior Manager bei Accenture den Bereich "Service Management" in Deutschland, Österreich und der Schweiz und verfügt über 10 Jahre spezialisierte Service-, Beratungs- und Umsetzungserfahrung.

Jan Christian Malmström – Hilti

ZfU Visiting-Faculty, Leiter Vertriebskanäle Hilti (Schweiz) AG, zuvor tätig als Leiter Produkt Management und Head Marketing Services. Der Bereich Service ist ein wichtiger Geschäftsbestandteil und einer der Hauptdifferenzierungsmerkmale für Hilti-Produkte.

Thomas Nägelin – Fraisa Holding AG

ZfU Visiting-Faculty, Geschäftsbereichsleiter Marketing und Verkauf. Über 10 Jahre Erfahrung im Verkauf von Verbrauchsgütern der Industrie und in der Strategieentwicklung für den Serviceverkauf.

Arbeitsmethodik

Interaktive Referate, Erfahrungsaustausch, Bearbeitung praxisorientierter Aufgabenstellungen, Best Practice Cases

Tag 1

09.00 – 18.30 Uhr

Exzellente Service-Strategie

- Die wachsende Bedeutung des Service und dessen Implikation verstehen
- Brachliegendes Umsatz- und Ertragspotenzial professionell nutzen
- Service als zentrales Kundenbindungsinstrument begreifen
- Exzellente Servicestrategien – die Learnings aus der Praxis

Service-Produkt-Portfolio

- Heutige und zukünftige Serviceleistungen: Welche Leistungen künftig vom Kunden zusätzlich erwartet werden
- Entwicklung eines erfolgreichen Service-Produkt-Portfolios
- Kundenspezifische Service-Levels gestalten
- Kundenerwartungen kennen und sich vom Reparatur- zum Lösungsanbieter entwickeln

Service-Vertrieb

- Der Weg vom reaktiven zum aktiven Service-Verkauf
- Ermittlung des Service-Potenzials
- Servicegetriebene Kundenbindungsinstrumente richtig einsetzen
- Wer ist der beste Serviceverkäufer und was zeichnet ihn aus?

Pricing von Serviceleistungen

- Konkurrenzsituationen erkennen und richtig einstufen
- Einschätzung des richtigen Marktpreises
- Schwer kopierbare Bündelungsstrategie
- Konzeption und Einführung eines neuen Pricings

T. Hoffstaedter, A. Skerlavaj, T. Weiskat

Best Practice Case: Fraisa Holding AG

Vom Servicefertiger hin zum profitablen Serviceprovider

- Erarbeitung einer Servicestrategie als Basis für Servicewachstum
- Servicestrategien als Hilfsmittel in der Umsetzung
- „Service muss man wollen“
- Begleitmassnahmen für eine Neupositionierung innerhalb des Unternehmens

Thomas Nägelin

Tag 2

08.30 – 17.30 Uhr

Service-Prozess-Management

- Effiziente Service-Prozesse als Voraussetzung für die aktive Vermarktung aufbauen
- Servicekern- und Supportprozesse differenzieren
- Prozessoptimierung laufend vorantreiben
- Prozesskennzahlen für das Cockpit aufgrund von Best-Practice-Cases ableiten

Best Practice Case: Hilti AG

Leistungsbündelung im Service-Geschäft

- Kundengruppen im Service-Bereich
- Priorisierung und weltweite Einführung des Servicenetzes

Jan Christian Malmström

Service-Personal

- Anforderungen an den Servicemitarbeiter der Zukunft
- Personalentwicklung im Service
- Motivation von Service-Mitarbeitern steigern
- Zusammenarbeit zwischen Service, Vertrieb und Wissensmanagement fördern

Leitfaden zur Vermarktung

- Durch proaktive Marktbearbeitung zu nachhaltigem Servicewachstum
- Zehn Schritte zur erfolgreichen Vermarktung von Service-Leistungen

T. Hoffstaedter, A. Skerlavaj, T. Weiskat

« **Die Referenten vermitteln den Inhalt praxisnah und auf ihre Erfahrung berufend. Ich habe viele Impulse erhalten, die ich im Berufsalltag einsetzen werde.** »

Preise

ZfU Mitglieder CHF 2670.– / EUR 1910.–

Standardpreis CHF 2880.– / EUR 2060.–

Im Seminarpreis inbegriffen sind die Mittagessen, Pausenerfrischungen sowie die ausführliche Seminardokumentation.

Besuchen mehrere Personen des gleichen Unternehmens denselben Seminartermin, erhält jeder weitere Teilnehmer 15% Ermässigung (Preis- und Wechselkursänderungen vorbehalten).

Annullationsbedingungen: 45 Tage vor Termin 50%; 30 Tage vor Termin 100% (www.zfu.ch/agb). Änderungen von Preis, Umrechnungskurs und Seminarinhalte vorbehalten.

Weiterbildungs-Credits: An dieser Veranstaltung werden bis zu 100 Weiterbildungs-Credits angerechnet. (1 Credit = 1 CHF). Ihren Weiterbildungscredit-Saldo finden Sie auf www.myzfu.ch

Beratung / Kontakt

Nicole Just

Projektleiterin Marketing & Sales Academy

Tel. +41 44 722 85 20, nicole.just@zfu.ch

Veranstaltungsort

Hotel Sedartis ****

Bahnhofstrasse 16, CH-8800 Thalwil am Zürichsee

Tel. +41 43 388 33 00; www.sedartis.ch

Transfer: PW: 10min. ab Zürich / ÖV: 30min. ab Zürich Airport

Einzelzimmerpreis: ab CHF 198.–/EUR 140.–

Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer zu unseren Spezialkonditionen.

ZfU Marketing & Sales Academy

Das Netzwerk für Ihren Karriere-Vorsprung

In der Marketing & Sales Academy diskutieren Sie aktuelle Herausforderungen mit einem ausgesuchten Kreis von interessanten Fach- und Führungskräften:

- **Erfahrungsaustausch**
- **Workshops & Firmenbesuche**
- **Trends & praxisrelevantes Know-how**
- **Roundtables**

Als Mitglied profitieren Sie von einem attraktiven Netzwerk von Experten und Praktikern sowie vergünstigten Seminarpreisen. Die Mitgliedschaft beträgt CHF 150.-/EUR 110.- pro Jahr.

Weitere Infos: www.zfu.ch/marketing-academy

Anmeldung Profitables After-Sales-Geschäft im B2B

Fax: Talon ausfüllen oder **Visitenkarte** anheften & faxen an **+41 44 722 85 86**

Telefon: Customer Care Center **+41 44 722 85 01**

Internet: <http://www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/asmt.htm>

Herr Frau Name/Vorname

Firma

Telefon/Fax

E-Mail

Funktion/Abteilung

Strasse/Postfach

Firmenadresse

Privatadresse

Land/PLZ/Ort

Ich nehme an **folgendem Termin** teil:

2. – 3. Mai 2011, Thalwil am Zürichsee

3. – 4. November 2011, Thalwil am Zürichsee

Ja, ich möchte ein **Hotelzimmer reservieren:**

Einzelzimmer

Doppelzimmer

von

bis