



Inhouse-Workshop 1 **Exportstrategie mit Länderportfolios**

Ausgangspunkt:

Fehlende Systematik im Exportgeschäft, unklare Prioritäten bei der Ländermarktbearbeitung sowie Mängel bei der Vertriebssteuerung.

Leitthemen:

- Vorab: Onlinebefragung der Teilnehmer zur Beurteilung der int. Vertriebsarbeit
- Diskussion der Befragungsergebnisse
- Stärken-/Schwächenanalyse internationales Geschäft
- Formulierung von Sofortmaßnahmen
- Darstellung der IST-Situation mit Hilfe von Länderportfolios
- Länder-Prioritätensetzung mittels Marktpotenzialen und Marktausschöpfung
- Maßnahmenplanung pro Land

Ergebnisse:

Erkennen der Schwächen im internationalen Vertriebsprozeß, Definition von Gegenmaßnahmen sowie Erarbeitung eines praktischen Planungstools.

Inhouse-Workshop 2 **Vertriebspartnerbewertung und -steuerung**

Ausgangspunkt:

Es besteht ein grundsätzlicher Zielkonflikt zwischen Hersteller und Vertriebspartner. Der Hersteller sieht vordringlich den langfristigen Aspekt des Auslandsgeschäftes, nämlich die Erschließung des Marktpotenzials. Der VP legt die Priorität auf kurzfristige Geschäfte, da er auf die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der Produkte kaum Einfluß hat.

Leitthemen:

- Stabilität der Zusammenarbeit mit VP
- Vorstellung eines Praxis-Modells
- Ermittlung von objektiven Bewertungskriterien
- Erarbeitung eines einheitlichen Bewertungsschemas (Tool)
- Steuerung des Vertriebspartners
- Einflussnahme auf den Vertriebspartner

Ergebnisse:

Entwicklung eines Bewertungsinstruments für Vertriebspartner, Schlußfolgerungen aus der Auswertung sowie praktischer Einsatz des Bewertungstools in der Vertriebsarbeit.

Inhouse-Workshop 3
Marktinformationssystem

Ausgangspunkt:

„Uns fehlt es nicht an Informationen, sondern an Wissen“.

Dies gilt auch und gerade für den internationalen Vertrieb. Insbesondere auch dann, wenn in vielen Ländern mit Auslandspartnern zusammen gearbeitet wird. Hinzu kommt, dass bestimmte Informationsquellen nicht bekannt sind oder schlecht genutzt werden.

Leitthemen:

- Zielsetzung
- Welche Informationsquellen stehen zur Verfügung?
 - Interne
 - Externe
- Qualitative Bewertung der Quellen
- Wieso liefert mein Vertriebspartner nur unzureichende Informationen?
- Wie stelle ich den internen und externen Kommunikationsfluss sicher?

Ergebnisse:

Bessere Einschätzung der Zielmärkte und geordnete Informationen für alle Mitarbeiter.
Erarbeitung eines Marktinformationssystems und geringere Abhängigkeit vom Vertriebspartner.

Zielgruppe	Geschäftsführer, Leiter und Mitarbeiter von Export-, Vertriebs- und Marketingabteilungen.
Dauer	09:00 Uhr bis ca. 17:00 Uhr
Trainer	Dipl.-Kfm. Matthias Brems (geb. 1967) ist selbständiger Berater und Trainer im Bereich Export-Management. Die Fragestellungen in seinen Seminaren und Workshops kennt er aus seiner Zeit als Exportleiter nur zu gut. Die Arbeit auf 5 Kontinenten sowie die Zusammenarbeit mit den unterschiedlichsten Vertriebspartnern haben den Blick für funktionierende, internationale Geschäftsbeziehungen geschärft.



Konditionen, Rückfragen und Buchung:

Fachberatung für den Außenhandel (FBA)
Am Hammerwerk 16a
41515 Grevenbroich

- Tel. 0 21 81/75 66 87-0
- Mail: info@exportberatung.de
- Website: www.exportberatung.de