

Modul 1: Vertriebsmanagement	100
Einführung in den Vertrieb und seine Bedeutung für Unternehmen	
Unterschiede zwischen B2B- und B2C-Vertrieb	
Besonderheiten des Vertriebs in KMU	
Grundlagen der Kundenkommunikation und Verkaufspsychologie	
Überblick über Vertriebsorganisationen und -strukturen	
Modul 2: Vertriebsstrategien und -planung	100
Entwicklung von Vertriebsstrategien für verschiedene Marktsegmente	
Planung von Vertriebszielen und -maßnahmen	
Aufbau und Optimierung von Vertriebsprozessen	
Erfolgsfaktoren eines strukturierten Vertriebskonzepts	
Modul 3: Kundenmanagement (CRM) und Kundenbindung	100
Einführung in Customer Relationship Management (CRM)	
Aufbau und Pflege langfristiger Kundenbeziehungen	
Kundenanalyse und Zielgruppenansprache	
Anwendung und Nutzung von CRM-Software	
Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit	
Modul 4: Verkaufspsychologie und Verhandlungstechniken	100
Grundlagen der Verkaufspsychologie	
Emotionale und rationale Kaufentscheidungen	
Erfolgreiche Gesprächsführung und Bedarfsanalyse	
Techniken der Verhandlungsführung	
Umgang mit Einwänden und schwierigen Kundengesprächen	
Modul 5: Preisgestaltung und Angebotsmanagement	100
Grundlagen der Preisfindung und Kalkulation	
Wettbewerbsanalysen und Preisstrategien	
Erstellung überzeugender Angebote	
Strategien zur Umsatz- und Gewinnmaximierung	
Dynamische Preisgestaltung und Rabattsysteme	
Modul 6: Digitaler Vertrieb und E-Commerce	100
Einführung in digitale Vertriebskanäle	
Nutzung von Online-Marktplätzen (z. B. Amazon, eBay, Shopify)	
Social Selling und digitale Kundenkommunikation	
Online-Preisstrategien und Conversion-Optimierung	
Performance-Tracking und Analyse digitaler Vertriebskanäle	
Modul 7: Verkaufsförderung und Marketingintegration	100
Grundlagen der Verkaufsförderung	
Zusammenarbeit zwischen Vertrieb und Marketing	
Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen zur Verkaufssteigerung	

Nutzen von Social Media, Influencer Marketing und PR	
Messe- und Eventmarketing im Vertrieb	
Modul 8: Vertriebskanäle und Distributionsstrategien	100
Überblick über verschiedene Vertriebskanäle	
Direktvertrieb vs. indirekter Vertrieb	
Distributionsnetzwerke und Partnervertrieb	
Erfolgreiche Steuerung von Multichannel-Strategien	
Logistik und Liefermanagement im Vertrieb	
Modul 9: Datenanalyse, Controlling und Vertriebssteuerung	100
Wichtige KPIs und Kennzahlen im Vertrieb	
Erstellung und Nutzung von Vertriebsreports	
Datenbasierte Entscheidungsfindung und Marktanalysen	
Budgetierung und Finanzplanung im Vertrieb	
Optimierung von Vertriebsprozessen durch Data Analytics	
Modul 10: Innovations- und Digitalisierungspotenziale im Vertrieb	100
Digitale Transformation im Vertrieb	
Nutzung von KI und Automatisierung in Vertriebsprozessen	
Neue Technologien und Trends (Chatbots, AR/VR, Voice Commerce)	
Optimierung der Customer Journey durch digitale Lösungen	
Zukunft des Vertriebs: Herausforderungen und Chancen	
Modul 11: Rechtliche und ethische Aspekte im Vertrieb	100
Vertragsrechtliche Grundlagen für den Vertrieb	
Datenschutz (DSGVO) und rechtliche Compliance im Vertrieb	
Anti-Korruptionsrichtlinien und ethische Standards	
Umgang mit Reklamationen und Verbraucherschutz	
Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility	
Modul 12: Vertrieb in der praktischen Umsetzung	100
Analyse realer Vertriebsfälle aus KMU	
Entwicklung einer eigenen Vertriebsstrategie	
Planspiele und Simulationen von Kundengesprächen	
Präsentation der Ergebnisse	
Feedbackrunde und Reflexion der Lernerfahrungen	
Summe UE	1200