

MEHR NEUKUNDEN GEWINNEN: SCHNELLER, GÜNSTIGER, ERFOLGREICHER! BEST PRACTICES VON MARKTFÜHRERN

**3. NORDDEUTSCHER VERTRIEBSTAG**

> DIE REFERENTEN

**PROF. DR. JÜRGEN LÜRSEN**

Institut für Marketing > Leuphana Universität Lüneburg

Nach BWL-Studium und Promotion war Prof. Dr. Jürgen Lürssen insgesamt 17 Jahre lang erfolgreich im Marketing- und Vertriebsmanagement zweier Großunternehmen der Konsumgüterindustrie tätig. Sein Karriereweg führte vom Marketing-Assistenten bis zum Alleingeschäftsführer einer europäischen Vertriebsgesellschaft. Seit 1999 ist er Professor für Marketing und Vertrieb in Lüneburg – zunächst an der Fachhochschule, seit 2005 an der Leuphana Universität.

**DIETER KRÄMER**

Beirat und Berater der Würth-Konzernleitung

Dieter Krämer war einer der Wegbegleiter der ersten Stunde von Prof. Dr. Reinhold Würth, dem visionären Unternehmer und Eigentümer der Würth-Gruppe. Nach 25 Jahren als Mitglied der Konzernführung verließ er den Würth-Konzern und vermittelt heute sein Wissen als Beirat und Berater. Insbesondere die Würth-Unternehmensstrategie sowie die Steuerungsmodelle des Vertriebs tragen Dieter Krämers Handschrift.

**MARTIN SCHYGA**

Vice President Marketing Lab Instruments >
Sartorius Mechatronics AG Göttingen

Nach der Ausbildung zum Gymnasiallehrer entschied sich Martin Schyga für eine Karriere in Vertrieb und Marketing. Diese führte ihn über Stationen als Industriekaufmann und später als Produktmanager bei namhaften deutschen Mittelständlern bis hin zu seiner heutigen Position.

**JÜRGEN UNSELD**

Vertriebsleiter > Clage GmbH Lüneburg

Seit 1996 im Vertrieb der CLAGE GmbH tätig, lenkt er seit 2003 zusammen mit dem Geschäftsführer Jörg A. Gerdes den vertrieblichen Weg des Lüneburger Unternehmens. Die Clage GmbH ist eines der erfolgreichsten Unternehmen in ihrer Branche.

**GERARD LÜHRS**

Leiter Kreditmanagement >
Schneidersöhne Deutschland GmbH & Co. KG

Gerard Lührs war u.a. im Financial Controlling eines international operierenden Maschinenbauers und als Berater für Finanzapplikationen im ERP-Sektor tätig. 2003 übernahm er die Leitung des zentralen Kreditmanagements der Schneidersöhne Unternehmensgruppe.

3. NORDDEUTSCHER VERTRIEBSTAG



Nach dem großen Erfolg des 2. Norddeutschen Vertriebstags im letzten Jahr veranstalten die Leuphana Universität Lüneburg, der Marketing-Club Lüneburger Heide und die Hanseatische Akademie für Vertrieb und Führung (HAVF) gemeinsam den 3. Norddeutschen Vertriebstag – dieses Jahr unter dem Rahmenthema:

„Mehr Neukunden gewinnen: schneller, günstiger, erfolgreicher!“

Neukunden zu gewinnen ist das Ziel einer jeden Vertriebsorganisation. Doch wie gelingt es, Neukunden effektiv und nachhaltig für das Unternehmen zu akquirieren? Antworten auf diese Frage geben die Experten und Praktiker, die über ihre Erkenntnisse auf dem 3. Norddeutschen Vertriebstag sprechen.

Die Tagung gibt mit Fachvorträgen und Best Practice Fallbeispielen konkrete Handlungsempfehlungen für die Optimierung der Vertriebsarbeit.

Dieser Vertriebstag ist gerade für mittelständische Unternehmen von höchster Aktualität. Im verschärften Wettbewerb – aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage – können nur Unternehmen erfolgreich bleiben, die über ein professionelles Neukundenmanagement mit strategischer Ausrichtung verfügen.

Wir freuen uns, Sie am 4. Juni 2010 in Lüneburg begrüßen zu dürfen.

Sascha-Juliot Köhler
Gf. Vorstand MCLH e.V.



Prof. Dr. Jürgen Lürssen
Institut für Marketing >
Leuphana Universität Lüneburg



Andreas Gögel
Geschäftsführer > Hanseatische Akademie für Vertrieb und Führung GmbH

PS: Nutzen Sie auch die bequeme und einfache Anmeldung im Internet:
www.norddeutscher-vertriebstag.de.

EIN GANZER TAG HOCHKARÄTIGES WISSEN AUS ERSTER HAND!

Best Practices von und mit Marktführern

Erfahren Sie, warum nach wissenschaftlichen Erkenntnissen der dauerhafte Erfolg bei der Akquise neuer Kunden von zwölf Faktoren abhängt. Und weshalb diese ein nachhaltiges Wachstum von Umsatz und Gewinn garantieren.

Nutzen Sie die Chance und blicken Sie auf die Erfolgskonzepte der Würth-Gruppe. Würth gilt als Musterbeispiel für die Umsetzung einer profitablen Wachstumsstrategie. So entwickelte sich Würth im Laufe der letzten Jahrzehnte kontinuierlich zum Weltmarktführer für Befestigungssysteme. Erfahren Sie, wie Sie diese Erfolgsmuster in ihrem Unternehmen richtig verankern können.

Kreditmanagement (KM) und Vertrieb verfolgen mehr gemeinsame Ziele, als Sie denken: Die steigende Zahl von Insolvenzen, schlechte Zahlungsmoral und Forderungsausfälle beeinflussen Umsatz- und Renditeziele. Erfahren Sie, wie man durch gemeinsame Regeln in Vertrieb und KM diese Ziele trotzdem erreichen kann.

Das Internet hat die Welt der Kunden verändert. Um einen Interessenten zur Kontaktaufnahme zu motivieren, gibt es grundsätzlich verschiedene Philosophien. Entweder möglichst wenig Informationen geben, um ihn zu veranlassen Kontakt aufzunehmen oder aber ihm alles zur Verfügung zu stellen, was vorhanden ist. Welches der sinnvollere Weg ist, wird für Sie skizziert werden.

Nehmen Sie einen exklusiven Einblick in die hochprofessionelle Vertriebssteuerung der Clage GmbH. Erleben Sie, wie man mit CRM-basierter Neukundenakquise in einem klassischen Me-too-Markt zu dem führenden deutschen Hersteller seiner Branche wird.

VERANSTALTUNGSORT



Leuphana Universität Lüneburg
Campus Volgershall > Großer Hörsaal
Volgershall 1 > 21339 Lüneburg

DAS PROGRAMM > 4. JUNI 2010

8.30 Uhr > 9.00 Uhr	Check-in der Teilnehmer	
9.00 Uhr > 9.15 Uhr	Eröffnung der Tagung	
9.15 Uhr > 10.15 Uhr	Professionelles Management der Neukundengewinnung - Die 12 Erfolgsfaktoren für profitables Wachstum	Prof. Dr. Jürgen Lürssen Institut für Marketing > Leuphana Universität Lüneburg
10.15 Uhr > 10.30 Uhr	Kaffeepause	
10.30 Uhr > 11.30 Uhr	Die Perfektion des Banalen - Wachsen wie Würth	Dieter Krämer Beirat und Berater der Würth-Konzernleitung
11.30 Uhr > 12.30 Uhr	Neuer Kunde - Neues Glück? Neukunden im Spannungsfeld zwischen Chance und Risiko	Gerard Lührs Leiter Kreditmanagement > Schneidersöhne Deutschland GmbH & Co. KG
12.30 Uhr > 13.30 Uhr	Mittagspause	
13.30 Uhr > 14.30 Uhr	Nicht suchen, sondern gefunden werden! Best Practice: Kundenakquise über das internet - Erfolgsfaktoren und Praxisbeispiele	Martin Schyga Vice President Marketing Lab Instruments > Sartorius Mechatronics AG Göttingen
14.30 Uhr > 15.00 Uhr	Kaffeepause	
15.00 Uhr > 16.00 Uhr	Jedes Jahr 1.000 neue Kunden! Best Practice: Value selling als Wachstumsstrategie	Jürgen Unselde Vertriebsleiter > Clage GmbH Lüneburg
16.00 Uhr > 17.00 Uhr	Abschluss- und Diskussionsrunde mit den Referenten	
ab ca. 17.00 Uhr	Stay together mit Getränken und Snacks	

UNSERE PARTNER

 **Hamburger Volksbank**
Man kennt sich.

www.hamburger-volksbank.de

PAWLIK

www.pawlik.de

 **Deutsche Post**

DIALOG MARKETING

www.dmcenter-hamburg.de

UNSERE UNTERSTÜTZER

A.G.A.
Unternehmensverband

 **DFV**
DEUTSCHER
FRANCHISE
VERBAND E.V.

 **KONTOR
FÜR STRATEGIE
UND MARKE**

 **IHK** Industrie- und Handelskammer
Lüneburg-Wolfburg

VfCM
VEREIN für CREDIT MANAGEMENT e.V.



BEI ANMELDUNG BIS ZUM 16. APRIL 2010:

Jedes teilnehmende Unternehmen erhält
drei Potenzialanalysen basic^{KM} im Wert
von über 300 EUR!

Für jedes teilnehmende Unternehmen stellt die Pawlik Sales Consultants AG drei Potenzialanalysen basic^{KM} Vertrieb zur Verfügung. Diese Potenzialanalyse ermittelt auf wissenschaftlicher Basis die individuellen Ausprägungen in 32 erfolgsrelevanten Vertriebskompetenzen.

Die Auswertung gibt Aufschluss über den Status quo der vertrieblichen Leistungsfähigkeit des Teilnehmers und ermöglicht Hinweise für die persönliche Entwicklung der Vertriebskompetenzen. Die Durchführung des basic^{KM} erfolgt online und dauert ca. 30 Minuten.

Die Zugangsberechtigung wird beim Check-in am 4. Juni 2010 mit den Teilnehmerunterlagen übergeben.

ANMELDUNG > FAX 040 - 82 22 83-68

1. Vor- und Nachname

Position/Abteilung

2. Vor- und Nachname

Position/Abteilung

3. Vor- und Nachname

Position/Abteilung

Firmenname

E-Mail-Adresse (Bitte unbedingt angeben - so erhalten Sie schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung)

Straße oder Postfach

Ich bin:

Marketing-Club-Mitglied

AGA-Mitglied

Mitglied des DFV e.V.

Student*

PLZ und Ort

Telefon

Fax

Datum

Unterschrift

SO MELDEN SIE SICH AN

Ihre Anmeldung - per Brief, Fax oder E-Mail - wird bis zum **14. Mai 2010** erbeten. Die Teilnahmeplätze werden in der Reihenfolge der eingehenden Anmeldungen reserviert. Mit der Anmeldung wird der Tagungsbeitrag fällig.

Der Tagungsbeitrag beinhaltet Getränke und Verpflegung in den Pausen und am Ende der Veranstaltung sowie ein Drei-Gänge-Menü als Mittagessen.

Tagungsbeitrag	250 EUR
Beitrag für Mitglieder des AGA / DFV / VFCM	200 EUR
Beitrag für Marketing-Club-Mitglieder	200 EUR
Beitrag für Studierende*	20 EUR

*Als Student gilt, wer als akademische Erstausbildung ein Vollzeit-Studium absolviert.

Eine kostenlose Stornierung ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn schriftlich möglich. Bis 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird der halbe, danach der gesamte Tagungsbeitrag erhoben.

Für weitere Informationen und die Anmeldung wenden Sie sich bitte an:

Hanseatische Akademie für Vertrieb und Führung GmbH

Kleine Reichenstraße 7 > 20457 Hamburg

Fon: 040 - 82 22 83-70 > Fax: 040 - 82 22 83-68

E-Mail: anmeldung@norddeutscher-vertriebstag.de

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.