Modulbezeichnung (Kürzel)	Vertriebsprozesse (VTPR)
Modulbezeichnung (eng.)	Sales Processes
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Zertifikat Marketing und Vertrieb
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	
Empf. Voraussetzungen	
Verwendbarkeit	BET, BETPV, BMT, BI, BIPV
Prüfungsform und -dauer	Klausur 1,5h oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Praktikum
Modulverantwortliche(r)	L. Jänchen

Qualifikationsziele

Studierende verstehen den Vertrieb als Abfolge systematischer, integrierter und strukturierter Prozesse. Sie können derartige Prozesse unter Berücksichtigung der jeweiligen Wünsche und Bedürfnisse der Zielkunden definieren, aktiv ausgestalten und durchlaufen.

Dazu analysieren Sie die jeweiligen Wünsche, Bedürfnisse und Fragen der Zielkunden auf deren Weg von der ersten Kontaktaufnahme über den Kauf und darüber hinaus und entwerfen Prozesse zur Befriedigung und Beantwortung. Sie gliedern dabei die Prozesse in die Phasen 'Find', 'Win' und 'Keep'. Studierende erkennen die Bedeutung und Möglichkeiten von modernen CRM-Systemen zur Unterstützung und partiellen Automatisierung dieser Prozesse.

Dies ermöglicht den Studierenden einen effektiven zielkundenspezifischen Vertrieb in Grundelementen zu planen und zielgerichtet auch durch die Verwendung moderner CRM-Systeme vertrieblich zu arbeiten.

Lehrinhalte

Analyse der Zielkunden

Definition einer Persona

Beschreibung des 'Customer Journey' auf dem Weg von der ersten Kontaktaufnahme bis zum Kauf und darüber hinaus

Identifikation der Kundenwünsche, -bedürfnisse und -fragen auf dem Customer Journey

Entwurf von Prozessschritten zur Unterstützung des Customer Journey

Funktionalität von CRM-Systemen

Literatur

DWECK, Carol S., PH.D.: Mindset, In: Random House, Inc., New York (2006)

Peoples, David: Selling to The Top, In: Wiley&Sons, Canada (1993), ISBN 0-471-58104-6

Homburg, Schäfer, Schneider: Sales Excellence, 6. Auflage, Gabler Verlag, 2011, ISBN 978-3-8349-2279-3

Lehrveranstaltungen

Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	sws
L. Jänchen	Vertriebsprozesse	2
L. Jänchen	Praktikum Vertriebsprozesse	2