

Mit der Einbindung von Günter Schweiger verfolgte Alexandra Tripolt (Projektleitung Verkaufskongress) vom



Günter Schweiger
(WU Wien,
WWG), Schirmherr
Verkaufskongress

VBC ein wichtiges Ziel: Er wie auch Peter Schnedlitz, Handelsforscher und seit 1992 Vorstand des Instituts Handel und Marketing (vormals Warenhandel) an der Wirtschaftsuniversität Wien, sollen mit dazu beitragen, dass das Thema Verkauf auch im universitären Bereich stärker wahrgenommen wird.

Tripolt: „Immer mehr Firmen in Österreich suchen gut ausgebildete Verkäufer, denn der Erfolg jedes Unternehmens hängt vom Erfolg seiner Verkäufer ab. Allerdings wird firmenseitig oft noch zu wenig in die Ausbildung der Verkäufer investiert, jedenfalls weniger als in anderen Bereichen. Zwar ist in letzter Zeit eine Umkehrung dieses Trends zu spüren, aber es wäre doch wünschenswert, wenn auch auf der akademischen und universitären Ebene mehr angeboten würde.“

Image-Steigerung

Ein zweites wichtiges Ziel, das Alexandra Tripolt mit dem Verkaufskongress verfolgt, ist, etwas für das Image der Verkäufer zu tun: „Es ist leider noch immer so,

dass Verkäufer in der gesellschaftlichen Akzeptanz nicht sehr weit oben rangieren, dass mit ihnen negative Begriffe wie ‚Keiler‘ assoziiert werden, oder eben auch der berühmt-berüchtigte, etwas schmierige Gebrauchtwagen-Händler, der einem etwas ‚andrehen‘ will und von dem man nie etwas kaufen würde. Dabei sind bereits viele Verkäufer und Führungskräfte im Verkauf hochspezialisierte Professionisten, die ihre Arbeit mit einem enormen Know-how abwickeln – nur wird das zu oft noch nicht wahrgenommen und auch vom Image her gesellschaftlich nicht genug honoriert.“

„VIELE VERKÄUFER UND FÜHRUNGSKRÄFTE IM VERKAUF SIND BEREITS HOCHSPEZIALISIERTE PROFESSIONISTEN, DIE IHRE ARBEIT MIT EINEM ENORMEN KNOW-HOW ABWICKELN – NUR WIRD DAS ZU OFT NOCH NICHT WAHRGENOMMEN UND AUCH VOM IMAGE HER GESELLSCHAFTLICH NICHT GENUG HONORIERT.“

Was einigermaßen unverständlich ist, ist doch der Verkauf eine riesige Branche in Österreich, wenn nicht vielleicht sogar die größte: Allein im Segment Handel sind über 400.000 Verkäufer beschäftigt, und praktisch jede Firma, jedes Unternehmen – vom kleinen, mittelständischen Unternehmen bis zum großen, international tätigen Konzern – verfügt über eigene Verkäufer, Außendienstler oder sogar ganze Vertriebs- und Verkaufsabteilungen.

Den Teilnehmern am Verkaufskongress wird seitens der Veranstalter ein maximaler Nutzen in Aussicht gestellt, der sich auch schon mit Blick auf das Programm herauskristallisiert: Experten aus Praxis und Theorie, Unternehmerpersönlichkeiten aus nationalen und internationalen Firmen

und Konzernen halten die Fachvorträge bzw. leiten die einzelnen Workshops. Und schließlich ist auch spezielles Einzel-Coaching zu bestimmten Themen möglich – dafür muss jedoch vorher eine Anmeldung erfolgen.

Highlights aus dem Programm

Am ersten Tag gibt es vormittags drei Vortragsreihen mit je drei Vorträgen, gegliedert in die Bereiche B2B, B2C und Führungskräfte im Verkauf, am Nachmittag kann man aus 13 parallelen Workshops zwei aussuchen, die einem thematisch wichtig sind. Am zweiten Veranstaltungstag gibt es vormittags acht parallele Workshops, bei denen man sich für einen entscheiden muss, abschließend findet eine Podiumsdiskussion mit den CEOs großer österreichischer Unternehmen unter der Headline „Wie schaffen Firmen ein Unternehmensklima, das Spitzenleistungen fördert?“ statt, die von Johanna Zugmann („Die Presse“) moderiert wird.

Highlights sind u. a. sicher der Vortrag von Eva Koban-Röß (Fachbereichsleiterin und Lektorin für den Fachbereich Marketing) und Oliver Wieser (Fachbereichsleiter und Lektor für Sales Management, beide an der FH Campus 02 in Graz) zum Thema „Kunden kaufen anders, Kundinnen auch – Gender Selling als Chance im Paarlauf des Verkaufsgesprächs“, in dem auf die gender-spezifischen Unterschiede im Verkaufsprozess eingegangen wird, oder der Vortrag von Erich Nepita (Sales Director von Kellys Österreich, zuvor Key Account Director bei Coca-Cola HBC Austria und Geschäftsführer der Bahlsen AG), den er unter das Motto „Der Sportsgeist im Key Account – so werden Jahresgespräche mit Schlüssellkunden zum Power Talk“ stellte.

Auch Damian Izdebski und Alexandra Izdebska, Gründer der auf Computer spezialisierten DiTech-Fachmarkt-Kette, die seit 1999 expandiert und heute auf 16 Filialen in ganz Österreich mit einem Umsatz von ca. 100 Millionen Euro verweisen kann, geben ihre Erfahrungen im Vortrag „Vom Einzelkämpfer zum Erfolgsteam – der Einfluss der Führung auf die Unternehmensentwicklung“ weiter, und Steffen Kessler (Leiter für Online-Marketing & Innovationsmanagement bei der FranchisePortal GmbH) spricht über Social Media, Facebook & Co. und deren Nutzen und Einsatz bei der Kundenakquise und -bindung.

(ck)

www.vbc.at

3. Österreichische Verkaufskongress

Donnerstag, 17. März 2011

8.45 – 18 Uhr

Freitag, 18. März 2011

8.45 – 15.15 Uhr

Wirtschaftskammer Österreich

Julius Raab-Saal, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

Award-Gala

Donnerstag, 17. März 2011

Ab 19.15 Uhr

Studio 44, Rennweg 44, 1038 Wien

Anmeldung

Fax: 02236/908 107-60

Tel.: 02236/908 107-24, Frau Eva Faigl

E-Mail: faigl@vbc.at

Web: www.vbc.at

Rubrik „Österreichischer Verkaufskongress“