

05./06. Oktober 2021 | Mövenpick Hotel Berlin

#Strategiegipfel

B2B Vertrieb & Key Account Management

Digitalisierung im Vertrieb | Geänderte Kundenanforderungen durch Corona
 Reorganisation & Restrukturierung der Vertriebsorganisation
 Leadership in Pandemie-Zeiten | Multi- & Omnichannel-Vertrieb
 CRM & Sales Excellence


uvex

Martin Leusmann
Geschäftsführer Vertrieb


SIEMENS
Healthineers

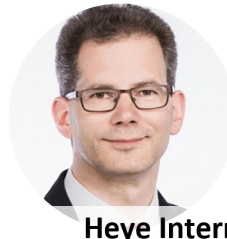
Marc Schlichtner
Principal Key Expert
Product-, Portfolio- &
Innovation Management


BRACK.CH

Andy Huber
Leiter BRACK.CH Business,
Mitglied der erweiterten
Unternehmensleitung


LANXESS
Energizing Chemistry

Arel Güven
Manager Global Process
Digitalization


Heye International

Jens Langer
Chief Commercial Officer


EVONIK
KRAFT FÜR NEUES

Markus Hartung
VP, Head of Region EMEA
& Global Commercial
Processes | BL Catalysts


VNG
Handel & Vertrieb

Steven Schönke
Leiter Key Account
Management


Peri GmbH

Peter Rübél
Head of Global Account Management | Senior Advisor Sales


Tarkett | THE ULTIMATE FLOORING EXPERIENCE

Christian Claus
VP Commercial Excellence

KAM-Konzepte | Lead Management | Incentivierung & Recruiting
 Coaching & E-Learning | Pricing Strategie & Value Based Selling
 KI & Big Data im Vertrieb



Wir bringen Entscheider zusammen.



Strategiegipfel
B2B Vertrieb & Key
Account Management
05./06. Oktober 2021



Zielgruppe
Leiter Vertrieb
Leiter Außendienst
Leiter Vertriebssteuerung
Leiter Key Account
Management



Gipfel-Location
Mövenpick Hotel Berlin



Networking Dinner
am Abend des ersten
Veranstaltungstages



Anmeldung
[project-networks.com/
Vertrieb](https://project-networks.com/Vertrieb)

Geschäftsmodelle & Vertriebsprozesse im B2B optimieren

Schon längst hat die Digitalisierung auch den B2B Vertrieb erreicht. Was schon vor Corona galt, hat seit Beginn der Pandemie rasant an Bedeutung gewonnen: Digitalisierung ist einer der entscheidenden Enabler bei der Optimierung von Vertriebsprozessen – aber nicht der einzige. Immer stärker kommt es auf ein effizientes Zusammenspiel von Sales, Marketing und Service an. Eine sinnvolle Orchestrierung von Online- und Offline-Kanälen ist ebenso erforderlich wie die Analyse und der Aufbau zeitgemäßer Kompetenzen und Organisationsstrukturen im B2B Sales.

Der Strategiegipfel bietet das ideale Forum, um sich zu spezifischen Herausforderungen im B2B Vertrieb auszutauschen und Einblick in die Transformationsprozesse großer wie auch mittelständischer Unternehmen zu erhalten.

Partner



showell



BUREAU VAN DIJK
A Moody's Analytics Company



Networking ohne
Zufallsfaktor



Trendthemen und
Best Practices



Austausch mit
Führungskräften
auf Augenhöhe



Zielgerichtete
Vorbereitung im
Veranstaltungsportal



Maximale Zeiteffizienz
und Nachhaltigkeit



Individuelle
Ablaufpläne

TAG 1 | 5. OKTOBER

09.00

Eröffnung der Veranstaltung durch die Moderatoren Sebastian Krzonkalla, project networks & Daniel Hesmer, Head of Sales, Knauf PFT

09.15-09.45

PODIUMSDISKUSSION

Digitalisierung als Treiber und Enabler des B2B-Vertriebs: Was vor Corona schon wichtig war und jetzt noch erfolgskritischer geworden ist

Martin Leusmann, Geschäftsführer Vertrieb, UVEX mit **Markus Hartung**, VP, Head of Region EMEA & Global Commercial Processes | BL Catalysts, EVONIK,

Peter Rübél, Head of Global Account Management | Senior Advisor Sales, Peri GmbH &

Arel Güven, Manager Global Process Digitalization, LANXESS Deutschland GmbH



09.50-10.20

KEYNOTE

Herausforderungen der digitalen Vertriebsarbeit – Distanz versus Penetranz

- > Markenbotschafter digital
- > Anforderungen an das Verkaufen von Produkten der persönlichen Schutzausrüstung (PSA)
- > Anforderungen an den zukünftigen Vertriebsprofi
- > Integration von Digital Sales Tools



Martin Leusmann
Geschäftsführer Vertrieb
UVEX

10.20-10.55

BEST PRACTICE VORTRAG

Social Selling im B2B – Mythos oder Realität?

Seit vielen Jahren wird über Social Selling im B2B Bereich gesprochen. Wie immer wird behauptet, dass B2B anderen Regeln als B2C folgt. Ist das wirklich so? Ich möchte einen Einstieg in die Thematik bieten, aufzeigen was dahintersteckt und wie man Social Selling für sich nutzen kann.

Nach mehr als 15 Monaten Vertrieb aus dem Kellerbüro, ohne Kundenkontakte und die gewohnte Nähe in Gesprächen beim Kaffee und dem Abendessen mit Kunden, läuft alles weiter wie bisher. Etwas hat sich verändert und darüber möchte ich gerne sprechen, Erfahrungen teilen und neue Möglichkeiten für den B2B Vertrieb aufzeigen.



Markus Hartung
VP, Head of Region EMEA & Global Commercial Processes | BL Catalysts
EVONIK

10.55

Kaffee- & Teepause

11.10-11.50

BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)

Vortrag A: Key Account Management – LIVE!

- #KlassischeVertriebsstruktur – Zukünftig überflüssig?
- #GlobalisierendeKunden - Die Herausforderung!
- #ModernesKAM - Mal eben implementiert?
- #AusDerPraxisFürDiePraxis - Die Antworten!



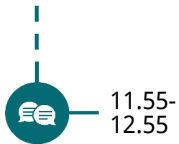
Jens Langer
Chief Commercial Officer
HEYE International GmbH

Vortrag B: Key Account Management by Services – Der Weg zum prozessorientierten Hightech-Lösungsanbieter

- > Langfristige Kundenbeziehungen auf Basis einer „Informationsplattform“, die Key Account Management und Kunden miteinander verzahnt
- > Schaffung von Mehrwerten für den Kunden durch Prozessorientierung und effiziente Prozesskonzepte
- > Die Rolle des Key Account Managers als Garant für Kundenorientierung auf allen Ebenen



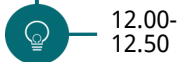
Thorsten Frieb-Preis
Head of Sales & Order Processing
Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG



11.55-12.55

NETWORKING SESSIONS

Individuelle Networkinggespräche mit Fachkollegen und Partnern auf Basis der Kontaktwünsche aus unserem Veranstaltungsportal.

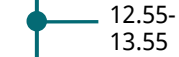


12.00-12.50

WORKSHOPS (parallel) zu Themen wie

A: Digital Lead Generation

B: Sales Cloud



12.55-13.55

Gemeinsames Mittagessen



13.55-14.25

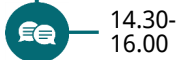
BEST PRACTICE VORTRAG

Explore & Exploit – Play the Infinite Game of Balance When Innovating

In the age of digitalization and under the influence of the Corona crisis, it is essential to play both sides of the innovation claviature: The lucrative expansion and strengthening of existing business and at the same time the development and establishment of the "new" business with high uncertainty factors and different rules of the game.

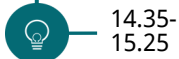


Marc Schlichtner
Principal Key Expert
Product-, Portfolio- &
Innovation Management
Siemens Healthineers



14.30-16.00

NETWORKING SESSIONS



14.35-15.25

WORKSHOPS (parallel) zu Themen wie

A: Sales Tools

B: Omnichannel-Management



16.05-16.35

PODIUMSDISKUSSION

Zeitgemäße Leadership Konzepte

Führung ist nicht erst seit Corona ein immens wichtiges Thema im Vertrieb. Aber wie lassen sich Leadership Konzepte in Home-Office-Zeiten umsetzen, wenn nicht nur der Kontakt zum Kunden vorwiegend „remote & online“ ist? Wie lassen sich gerade diejenigen Kollegen mitnehmen, die neuen Sales Tools skeptisch gegenüberstehen?

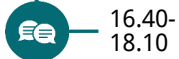
Jens Langer, Chief Commercial Officer, HEYE International GmbH &
Christian Claus, VP Commercial Excellence, Tarkett



Heye International



Tarkett
THE ULTIMATE
FLOWING EXPERIENCE



16.40-18.10

NETWORKING SESSIONS



18.15-19.00

BEST PRACTICE VORTRAG & Q&A-SESSION

Neuanfänge zwischen Erfolg und Scheitern

Max Schubert, Head of B2B Marketing bei Fidelity, gibt persönliche Einblicke zu den Grundlagen für Erfolg in Ihrem nächsten Job.

Im Vortrag erfahren Sie:

- > Was waren die lehrreichsten Misserfolge?
- > Wie schafft man gute Grundlagen für langfristigen Erfolg?
- > Welche Reflexionen helfen und welche nicht?
- > Welche einfachen Prozesse können Sie weit jenseits Ihrer Ziele führen?
- > Welche Gefahren bei einem Job-Start sollte man umgehen?



Fidelity
INTERNATIONAL

Max Schubert
Head of B2B Marketing
Germany
Fidelity International

19.30

Abfahrt zum Networking Dinner

TAG 2 | 6. OKTOBER

08.30

Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages durch die Moderatoren
Sebastian Krzonkalla, project networks & **Daniel Hesmer**, Head of Sales, Knauf PFT

08.40
09.10

BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)

Vortrag A: Die Peri CRM Journey

- > Kontext PERI: B2B Lösungsvertrieb durch weltweit 60 Tochtergesellschaften, größtenteils Projektgeschäft
- > Zielsetzungen der CRM Journey: Professionalisierung des Vertriebs, Effizienz durch klarere Vertriebsprozesse, Transparenz bezüglich Kunden, Integration in IT-Systemlandschaft, Vertriebs-Steuerung und -Forecasting
- > CRM steuert noch keinen Vertrieb > Sales Steering: Kombination von Leadership, CRM und Reporting (Einblick in Power BI Sales Performance Reporting)



Peter Rübel
 Head of Global Account Management, Senior Advisor Sales Peri GmbH

Vortrag B: Multikanal-Orchestrierung

* Sprecher in finaler Absprache

09.15
09.45

BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)

Vortrag A: CRM Cloud Migration im B2B Vertrieb

- > Negativer NPS - Unzufriedenheit mit aktuellem CRM-System als Initialzündung
- > Wer die Wahl hat, hat die Qual – Die Suche nach einem neuen CRM System
- > Blueprint, agiles Projektmanagement und Workshops, Workshops, Workshops – Unsere Reise ins gelobte Cloud-Land



Christian Claus
 VP Commercial Excellence Tarkett

Vortrag B: Data Driven Business im B2B Vertrieb

* Sprecher in finaler Absprache

09.50-
10.50

NETWORKING SESSIONS

09.55-
10.45

WORKSHOPS (parallel) zu Themen wie

A: Kanalübergreifendes Pricing

B: Coaching & E-Learning für den Vertrieb

10.50

Kaffee- & Teepause

11.00-
12.00

NETWORKING SESSIONS

11.05-
11.55

WORKSHOPS (parallel) zu Themen wie

A: Sales Reporting Tools

B: KI & Big Data

12.05-12.35 **BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)**

Vortrag A: Die „Newmality“ im B2B-Vertrieb der Gaswirtschaft

- > Wie geht Vertrieb digital und multinational bei uns? (Integration CZ u. A, Social Media und Vertriebskanäle)
- > Was war schon vorher da und was bleibt auch nach Corona?
- > Welche unterschiedlichen Rollen spielen Plattformen wie Enmacc oder auch EcoVadis?
- > Welche Zukunftsthemen stehen noch auf unserer Agenda?



Steven Schönke
Leiter Key Account Management
VNG Handel & Vertrieb GmbH

Vortrag B: Digitale Vertriebsführung - Wenn Daten die Vertriebler führen

- > Wie wird der Vertrieb digital gesteuert?
- > Wie verändern sich die Rollen im Vertrieb? Benötigt man den Außendienstler noch?
- > Wird der Vertrieb seiner Freiheit beraubt?



Andreas Huber
Leiter BRACK.CH Business, Mitglied der erweiterten Unternehmensleitung BRACK.CH

12.35-13.35 **Gemeinsames Mittagessen**

13.35-15.05 **NETWORKING SESSIONS**

15.10-15.40 **BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)**

Vortrag A: Wer kauft mir das ab? - Vertrieb digitaler Produkte über Händler

- > Digitale Produkte stellen die bisher eingespielten Strukturen von Hersteller, Händler, Servicepartner und Kunde auf den Kopf. Digitale Produkte bieten Kunden einen direkten Mehrwert. Gleichzeitig können die Hersteller/Anbieter ohne große Aufwände bzw. eine notwendige Einbindung der Händler datenbasierte Einblicke in die Nutzungsphase ihrer Produkte erhalten. Aufgrund des hohen Vertriebsaufwandes digitaler Produkte und den im Vergleich zum Produktvertrieb oft kleinen Umsätzen haben Händler wenig Interesse an deren Vertrieb.
- > Gemeinsam mit Ihnen beleuchten wir diese Herausforderungen des indirekten Vertriebs digitaler Produkte und zeigen anhand ausgewählter Erfolgsprinzipien wie der Vertrieb digitaler Produkte im Händlernetzwerk erfolgreich zu meistern ist.



Lennard Holst, M.Sc.
Leiter Fachgruppe Subscription Business Management im Dienstleistungsmanagement FIR e.V. an der RWTH Aachen

Vortrag B: Plattformen & Ökosysteme im B2B Vertrieb

* Sprecher in finaler Absprache

15.45-16.15 **PODIUMSDISKUSSION**

Der neue Vertriebler - Wie stellen wir unseren Vertrieb und unsere Vertriebler*innen zukunftsicher auf?

Werden Sie aktiv! Gerne können Sie vorab Ihre Fragen ans Podium einreichen.

16.15-16.30 **Wrap-Up**



Jetzt anmelden: project-networks.com/Vertrieb