

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



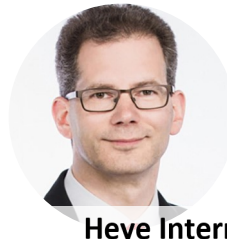
ARGUS DATA INSIGHTS®
WISSEN ZUM ERFOLG

Andy Huber
Chief Commercial Officer



SCHULER
Member of the ANDRITZ GROUP

Ernst Schwoshuber
Head of Service Sales
Germany



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



Die Vertriebsmanager
Bundesverband der Vertriebsmanager e.V.

Ann-Kathrin de Moy
Vizepräsidentin Content
Management



Tarkett

Christian Claus
VP Commercial Excellence

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

Mit Unterstützung von:

vövm
Vereinigung österreichischer
Vertriebsmanager

Die Vertriebsmanager
Bundesverband der Vertriebsmanager e.V.



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.

Aufgrund der aktuellen Hygiene- und Abstandsregelungen ist die Anzahl an Teilnahmeplätzen stark begrenzt. Zur Sicherheit aller Beteiligten lassen wir nur geimpfte und/oder genesene Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu.

Partner

showell



adesso | business.
people.
technology.



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

08.30 **Check In**

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



09.10-09.55

PODIUMSDISKUSSION

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

Martin Leusmann, Geschäftsführer Vertrieb, UVEX mit
Lars Reich, Executive Vice President Sales & Marketing, Feintool U.S. Operations, Inc.,
Peter Rübél, Head of Global Account Management | Senior Advisor Sales, Peri GmbH &
Ernst Schwoshuber, Head of Service Sales Germany, Schuler Pressen GmbH



10.00-10.30

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

BEST PRACTICE VORTRAG (PARALLEL)

Collaborationstools im Vertriebsteam - Erfahrungen aus der Pandemie

* Sprecher in finaler Absprache

10.30 **Kaffee- & Teepause**

10.50-11.20

BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)

Vortrag A
“Winning in a complex World” – 7 Elements of managing a highly successful Key Account team

- > Conventional Sales vs. Account based approach
- > USP - The foundation for success
- > CRM yes, but organically integrated into the sales process
- > Marketing, a “Call for Action”



Lars Reich
 Executive Vice President
 Sales & Marketing,
 Feintool U.S.
 Operations, Inc.

Vortrag B
Das große Wachstumspotenzial mit unseren Key Accounts: Mythos oder Realität?

Der primäre Fokus im Key Account Management liegt zwar darauf, die Key Accounts langfristig als aktive Kunden zu erhalten. Trotzdem stellt sich die Frage, wie groß die verbleibenden Wachstumsmöglichkeiten mit ihnen sind. Im Rahmen seiner Dissertation widmete sich Christian Maryska den drei spannenden Fragen:

- > Wie kann das Wachstumspotenzial mit den Key Accounts im B2B-Markt ermittelt werden?
- > Wie groß ist das Wachstumspotenzial?
- > Wie kann das Wachstumspotenzial nachhaltig realisiert werden?

Der Referent bringt einen kurzen Auszug aus den spannenden Ergebnissen seiner Dissertation auf die Bühne.



Christian Maryska
 Global Key Account Manager bei RITTAL & externer Doktorand an der RWTH Aachen



11.25-11.55

BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)

Vortrag A
Key Account Management - LIVE!

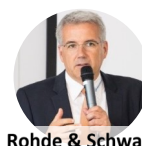
- #KlassischeVertriebsstruktur - Zukünftig überflüssig?
- #GlobalisierendeKunden - Die Herausforderung!
- #ModernesKAM - Mal eben implementiert?
- #AusDerPraxisFürDiePraxis - Die Antworten!

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



Jens Langer
 Chief Commercial Officer
 HEYE International GmbH



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



12.00-13.00

NETWORKING SESSIONS



12.05-12.55

WORKSHOP

**Why are they not buying it?!
 Sell the story, not the product!**

Moderation: Nadine Engelhardt, Customer Experience Presales Specialist, SAP Deutschland & **Philipp Do Castelo Correia**, Business Development, SAP Customer Experience



13.00-14.00

Gemeinsames Mittagessen



14.00-14.30

BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)

Vortrag A
DIE NEUE REALITÄT VON GELD: Ein historisch-gesellschaftliches Innovationssbriefing für eine Welt, in der militärischer Hochsicherheitsstandard auf digitales Kryptovermögen trifft

Ziel dieses Debattenbeitrags ist es, historische Erkenntnisse in der Bedeutung von Geld mit neuesten technologischen Entwicklungen im digitalen Zeitalter kombiniert zu betrachten, Visionen mit Realitäten abzugleichen und daraus Handlungsoptionen für die Gestaltung der digitalen Transformation von Geld zu entwickeln.



Jochen Werne
 Chief Development & Chief Visionary Officer
 Prosegur GmbH

Vortrag B
Ready to sell - der digitale B2B Vertrieb von komplexen Produkten
Welche menschlichen und systemischen Faktoren den Erfolg von Unternehmen massiv beeinflussen – heute & zukünftig



Susanne Henkel
 Managing Director
 SAE Applications for
 Digitalization GmbH



14.30-
16.00

NETWORKING SESSIONS



14.35-
15.25

WORKSHOP

Externe Unternehmensdaten in Stammdatensysteme – Fallstudie einer global aufgestellten Vertriebsabteilung

Moderation: Sarah M. Isele, Assistant Director - Relationship Manager & **David Schulz**, Associate Sales Representative
 BUREAU VAN DIJK Electronic Publishing GmbH
 -A Moody's Analytics Company-



BUREAU VAN DIJK
 A Moody's Analytics Company



BUREAU VAN DIJK
 A Moody's Analytics Company



15.05-
15.55

WORKSHOP

Künstliche Intelligenz in B2B Vertriebsprozessen



adesso
 business
 people.
 technology.

Markus Blau
 Solution Architect
 Customer Experience
 adesso SE



16.05-
16.35

BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)

Vortrag A
Der Content zählt – Keep it short and simple:
Informationen treffsicher & nachhaltig im Gedächtnis der Zielgruppe verankern



Die Vertriebsmanager
 Bundesverband der Vertriebsmanager e.V.

Ann-Kathrin de Moy
 Vizepräsidentin Content
 Management
 Bundesverband der
 Vertriebsmanager e.V.

Vortrag B
Explore & Exploit – Sales as Key Role to play the Infinite Game of Balance When Innovating

Im Zeitalter der Digitalisierung und unter dem Einfluss der Corona-Krise ist es unerlässlich, beide Seiten der Innovationsklaviatur zu spielen: Die lukrative Ausweitung und Stärkung des bestehenden Geschäfts und gleichzeitig die Entwicklung und Etablierung des "neuen" Geschäfts - "neue" Geschäftsmodelle und neue Wege, um zu verkaufen und Kunden mit hohen Unsicherheitsfaktoren und anderen Spielregeln einen Mehrwert zu bieten. Die Rolle des Vertriebs wird sich dramatisch verändern: Vom "verkaufenden Vertriebler" zum vertrauenswürdigen Partner entlang der Customer Journey. Die Schlüsselrolle des Vertriebs beim Aufrechterhalten des Customer Touch Points ist ein wichtiger Hebel, um Hypothesen schnell zu validieren und Entwicklungen in Zeiten großer Unsicherheit anzupassen.



SIEMENS
 Healthineers

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

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?



Max Schubert
Head of B2B Marketing
Germany
Fidelity International



19.30 **Abfahrt zum Networking Dinner**

TAG 2 | 6. OKTOBER

08.30 **Eröffnung**

08.40-09.10

BEST PRACTICE VORTRAG

Vertriebssteuerung & Sales Performance optimieren: Das Lenze „Sales Navigation Framework“

Lenze hat unterschiedliche Reifegrade in den regionalen Vertriebsorganisationen. Die historische gewachsene Kennzahlenlandschaft ermöglichte in der Vergangenheit nur zu Teilen eine Reaktion auf sich ständige wandelnden Marktbedingungen. Das Projekt „Sales Navigation Framework“ hat das geändert. Ziel war es, ein 3D Sales Navigation Framework für den Vertrieb zu entwickeln.



Dr. Sepp Resch
Head of Sales Excellence
Lenze Group



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
Digitaler Wandel im Maschinen- und Anlagenbau - Herausforderungen für den Vertrieb**

Den klassischen Vertriebsmitarbeiter im Maschinen- und Anlagenbau stellt der Einstieg in die Vermarktung digitaler Produkte und Services vor eine besondere Herausforderung. Denn für nahezu alle Beteiligten in diesem Prozess ist dies Neuland. Für den Vertriebsmitarbeiter heißt dies: er/sie muss zum einen die richtigen Ansprechpartner auf Kundenseite finden, um dort für die notwendige Awareness zu sorgen. Auf der anderen Seite muss ausreichend Fachwissen erworben werden, um zumindest im Erstkontakt überzeugen zu können.



Ernst Schwoshuber
Head of Service Sales
Germany
Schuler Pressen GmbH





09.50-10.50

NETWORKING SESSIONS



09.55-10.45

WORKSHOP

**Why are they not buying it?!
Sell the story, not the product!**

Moderation: Nadine Engelhardt, Customer Experience Presales Specialist, SAP Deutschland & **Philipp Do Castelo Correia**, Business Development, SAP Customer Experience



SAP



SAP



10.55-11.25

BEST PRACTICE VORTRAG

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?



VNG Handel & Vertrieb

Steven Schönke
Leiter Key Account Management
VNG Handel & Vertrieb GmbH



11.30-13.00

NETWORKING SESSIONS



11.35-12.25

WORKSHOP

Externe Unternehmensdaten in Stammdatensysteme – Fallstudie einer global aufgestellten Vertriebsabteilung

Moderation: Sarah M. Isele, Assistant Director - Relationship Manager & **David Schulz**, Associate Sales Representative BUREAU VAN DIJK Electronic Publishing GmbH -A Moody's Analytics Company-



BUREAU VAN DIJK
A Moody's Analytics Company



BUREAU VAN DIJK
A Moody's Analytics Company

13.00-14.00

Gemeinsames Mittagessen



14.00-14.30

BEST PRACTICE VORTRAG

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?



ARGUS DATA INSIGHTS
WISSEN ZUM ERFOLG

Andy Huber
Chief Commercial Officer
ARGUS DATA INSIGHTS
Schweiz AG



14.35-15.35

NETWORKING SESSIONS



14.40-15.30

WORKSHOP

Künstliche Intelligenz in B2B Vertriebsprozessen



Markus Blau
Solution Architect
Customer Experience
adesso SE



15.40-16.10

BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)

Vortrag A

Wer kauft mir das ab? Vertrieb digitaler Produkte über Händler

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.



Marcel Faulhaber
Leiter Fachgruppe
Service Engineering im
Dienstleistungs-
management
FIR e.V. an der RWTH
Aachen

Vortrag B

CRM – Aus Fluch mach Segen

- > Was gilt es eigentlich zu managen?
- > Wie schafft man die notwendige Motivation und Disziplin bei den CRM-Anwendern?
- > Was sind die essenziellen Voraussetzungen für den erfolgreichen Einsatz eines CRM?
- > Wie geht wirkungsvolles Beziehungsmanagement mit einem CRM?
- > Welche Nutzen bringt ein CRM – für jeden Einzelnen, Leiter und das Unternehmen?



Dr. Jörg Fischer
Global Sales Excellence
& Sales Transformation
Alcatel-Lucent Enterprise



16.15-16.45

DISKUSSION - INTERAKTIV

Der neue Vertriebler: Wie stellen wir unseren Vertrieb und unsere Vertrieblerinnen & Vertriebler zukunftssicher auf?

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



16.45-17.00

Round Up



Jetzt anmelden: project-networks.com/Vertrieb