



08./09. Oktober 2024

#Strategiegipfel

B2B Vertrieb & Key Account Management

Zwischen Persönlich und Digital – das sinnvolle „Hybrid“ entwickeln

H2H-Vertrieb

CRM & Sales Excellence, KI & Big Data im Vertrieb

KAM-Konzepte Multi- & Omnichannel-Vertrieb

Cloud-basierte Vertriebs- und Marketing Tools

Reorganisation & Restrukturierung der Vertriebsorganisation

Pricing Strategie & Value Based Selling

Vertriebsstrategie 2030

Mit spannenden Case Studies aus Unternehmen wie:



project networks

” Wir bringen Entscheider zusammen.



08./09. Oktober 2024



Mövenpick Hotel Berlin



Networking Dinner am ersten
Veranstaltungsabend im Umspannwerk Ost

Mit der Transformation von Wertschöpfungsketten, Kundenanforderungen und Geschäftsmodellen ändern sich auch die Anforderungen an den B2B Vertrieb massiv. Neue, oftmals digitale Produkte und Services erfordern andere bzw. zusätzliche Kompetenzen im Sales. Zugleich hat die Digitalisierung auch die Organisationsstruktur und die Art des Vertriebs insgesamt transformiert. Digitale Kanäle ergänzen oder ersetzen immer häufiger den persönlichen Kontakt zum Kunden. Hybrid-Sales Konzepte

finden in immer mehr Unternehmen Anwendung. All das macht ein erfolgreiches Change-Management nötig und erfordert zeitgemäße Leadership-Konzepte. Dabei stößt das „Silo-Denke“ immer deutlicher an seine Grenzen. Ein effizientes Zusammenspiel von Sales, Marketing und Service/Aftersales ist unabdingbar. Eine sinnvolle Orchestrierung von Online- und Offline-Kanälen hilft dabei, die Customer Journey auch im B2B-Vertrieb erfolgreich zu gestalten



Zielgruppe
Leiter Vertrieb
Leiter Außendienst
Leiter Vertriebssteuerung
Leiter Key Account
Management

Vorsitz und Moderation:



Ann-Kathrin de Moy
Geschäftsführerin
WelikeU GmbH

WelikeU



Heinz-Georg Geissler
Director Customer Journey
Eberhard AG

eberhard
INSPIRING TO PERFORM



ANMELDUNG

project-networks.com/events/strategiegipfel-b2b-vertrieb-key-account-management/registration/



TAG 1 | 08. Oktober 2024

08.00 Registrierung

08.30 Eröffnung der Veranstaltung durch die Vorsitzenden

08.40-09.40

Podiumsdiskussion

Digitalisierung als Treiber und Enabler des B2B-Vertriebs

Heinz-Georg Geissler, Director Customer Journey, Eberhard AG



BEST PRACTICE VORTRÄGE

09.45-10.15

**STREAM 1
Zeitenwende im Vertrieb - von Datenqualität über KI zur Marketingautomation**

Martin Brahm, Geschäftsführer,
Schober Information Group Deutschland GmbH



**STREAM 2
Kundentypologie: Personalisieren von zielgerichteten Verkaufsbotschaften durch Kundentypisierung**

Dr. Martin Auer, Leiter People Development,
Analytik Jena GmbH & Co KG



10.20-10.50

**STREAM 1
Hybrid und Smart: Mit Cloud-basierten Vertriebs- und Marketingtools auf dem Weg in die erste Liga der Digitalisierung.**

Markus Seydaack, Vertriebsleiter, EMUGE-FRANKEN



**STREAM 2
Optimierung der Kundenbeziehung im B2B-Vertrieb durch Aufbau einer starken After-Sales Marke**

Maximilian Schäfer, Head of Sales, HÜBNER Group



10.50-11.10
Kaffee- & Teepause

11.10-11.40

**STREAM 1
Best-Practice-Beispiele der moderne Leadgenerierung über verschiedene Systeme hinweg**

Heinz-Georg Geissler, Director Customer Journey, Eberhard AG





Fortsetzung Tag 1

STREAM 2
Von interner Sales Performance Steuerung zu ganzheitlichem Customer Experience Management

Dr. Sepp Resch, Head of Lenze Sales Excellence, Lenze Group



Lenze



11.45-
12.45

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern.



11.50-
12.40

Workshop

High Closing, more Deals - Mehr Power für dein Salesteam

Andreas Steger, Circle Lead Pre-Sales, Adito



ADITO

12.45-
13.45

Mittagspause



13.45-
14.40

VERTRIEBS & KAM CIRCLE

Diskussion 1: Welche KAM-Prozesse benötigen wir für die neue, vom B2C Markt geprägte, Einkäufergeneration?

Diskussion 2: Vertrieb der Zukunft

Simone Wunsch, Vertriebsleiterin / Prokuristin,
Xella Deutschland GmbH



xella

Diskussion 3: Wie kann Künstliche Intelligenz (KI) zum Innovations- und Wachstumstreiber in der gesamten Wertschöpfungskette werden?

Diskussion 4: Wie können Daten zur Key Account Steuerung sinnvoll genutzt werden?

Diskussion 5: Warum es notwendig ist, sich gerade im B2B-Umfeld Vorteile für sein Unternehmen durch eine ganzheitliche CX-Strategie zu sichern und wie hier vorgegangen werden kann. Was denken Sie dazu? Lassen Sie uns diskutieren!

Dr. Sepp Resch, Head of Lenze Sales Excellence, Lenze Group



Lenze



Fortsetzung Tag 1

14.45-16.15 **Networking Sessions**

BEST PRACTICE VORTRÄGE

16.15-16.45

STREAM 1
KI im Vertrieb – ein Tool zur Prozessoptimierung?!
Thorsten Frieb-Preis, Vertriebsleiter, Rohde & Schwarz

STREAM 2
Herausforderungen im mehrstufigen Vertrieb – Channel Management gestern, heute und in der Zukunft
Marcel Faulhaber, Head of Channel Management DE/CH, Henkel Adhesive Technologies

16.50-18.20 **Networking Sessions**

BEST PRACTICE VORTRÄGE

18.25-18.55

STREAM 1
Ein neuer, digitaler & remote Vertriebsansatz im klassischen B2B Omnichannel: Ein Reisebericht
Christian Filipcic, VP Inside Sales, Hoffmann Group

STREAM 2
Vertriebsproduktivität im Fokus: Erfolgsmessung, Einflussfaktoren und praktische Strategien zur Steigerung
Martina Jongbloed, SVP Global Sales Excellence, Freudenberg Performance Materials

19.30 **ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER**

PARTNER





TAG 2 | 09. Oktober 2024

08.20 Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages

BEST PRACTICE VORTRÄGE

08.30-09.00 **Vom Digitalen Nobody zur Personal Brand!**

Heinz Peter Pülzl, Key Account Manager @thysenkrupp, Stahl-Blogger #ManwithSteel



09.05-09.35 **STREAM 1**
Von der passiven Marktbearbeitung zum H2H-Vertrieb – wie eine Restrukturierung des Vertriebs gelingen kann

Timo Schäfer, Head of Account Management & New Business Division Transport, ALFRED TALKE GmbH & Co. KG



STREAM 2
Personalmangel? Wie das Führungsmodell bei Barry-Wehmiller gelebt wird

Patrick Walczak, Senior VP Global Sales, BW Papersystems



BW Papersystems

09.40-10.40 **Networking Sessions**

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern

BEST PRACTICE VORTRÄGE

10.40-11.10 **STREAM 1**
Mithilfe des „KaiZen“ Ansatzes zu wachsenden Umsätzen

Dr. Oliver Sauer, Global Sales Director, Grabner Instruments und Spectro Scientific



Stream 2
Lead Management als Bindeglied einer modernen Marketing und Sales Organisation

Stephan Wenger, Head of Marketing Engineering, AVL List GmbH



11.15-12.45 **Networking Sessions**



Fortsetzung Tag 2

BEST PRACTICE VORTRÄGE

12.45-
13.15

STREAM 1 Kupfer in Trend → Sales eher nicht

Tanja Winter, Executive Director, Head of Sales Rod, Aurubis AG



Aurubis

STREAM 2 Sales Excellence Prozesse weltweit ausgerollt

Yurday Tosun, Regional Sales Director DACH,
R. STAHL Schaltgeräte GmbH



13.15-
14.05

Mittagspause

14.05-
15.05

Networking Sessions

BEST PRACTICE VORTRÄGE

15.05-
15.35

STREAM 1 TBA

Markus Wagenmann, Head of Center of Excellence CX, Dürr AG



DÜRR

STREAM 2 Vom Flächenvertrieb zum kundenorientierten Branchenvertrieb

Christian Bischoff, Sales Director MRO,
Alexander Bürkle GmbH & Co. KG



Alexander Bürkle

15.40-
16.10

STREAM 1 Geplanter Vortrag: Zusammenführung von Sales-Organisationen - wie nehmen wir die Menschen mit?

Thorsten Oest, Head of KAM & eBusiness, Division Industrial &
Packaging (TAKKT AG), kaiserkraft



kaiserkraft
works.

STREAM 2 Welche Chancen und Herausforderungen die Umstellung auf den hybriden Vertrieb mit sich bringen

Heike Seltmann, Chief Sales Officer (CSO),
CWS Workwear International GmbH



CWS

16.10

WRAP UP