

Optionale halbtägige MasterClass. Strenge Limitierung auf maximal 12 Teilnehmer, die sich der Thematik unter Anleitung des renommierten Moderators intensiv und effektiv widmen. Konkrete Herausforderungen und bewährte Lösungsansätze werden aufgezeigt

WENN BIG DATA UNERREICHBAR SCHEINT: ERSATZTEIL-UMSATZ STEIGERN DURCH TRANSPARENZ UND KUNDENANSPRACHE

- 13.45 Registrierung mit Kaffee- und Tee
- 14.00 Vorstellung des MasterClass-Moderators und der Teilnehmer
- 14.30 **Einführungsvortrag „Ersatzteil-Absatz und Umsatz transparent gemacht“ anschließend: Kick-Off Diskussion mit Beispielen der Teilnehmer**
- 15.30 **Refreshme**
- 15.45 **Gruppenarbeit**
- „Wie können Ersatzteil-Kunden (mit frischen Daten) angesprochen werden?“
 - Was will ich, was darf ich dem Kunden sagen?
 - Welche Kommunikationskanäle kann ich nutzen?
- 17.30 Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse der MasterClass

Ihr Moderator

Andreas E. Noll

Parts Marketing Manager

Internationaler Gabelstapler Hersteller

Andreas E. Noll studierte Maschinenbau an der Universität Dortmund und hat seine berufliche Laufbahn als Ingenieur bei Bochumer Eisenhütte (Bergbau-Ausrüster) angefangen. Zwischen 1989 und 2000 hatte er diverse Positionen bekleidet und war zuletzt Leiter Logistik bei DE-STA-CO Metallerzeugnisse (B2B-Betriebsausrüster). Er arbeitete später als Inhouse-Berater Logistik in der Konzernzentrale der Linde AG, als Leiter der Ersatzteil-Läger in der Konzernzentrale der KION Group und als Leiter des Ersatzteilwesens für Straßenbau-Maschinen bei Ammann (Schweiz) bevor er 2013 als Leiter des Ersatzteilwesens EMEA bei Crown Gabelstapler angefangen hat. Andreas E. Noll ist seit 2016 Marketing Manager Ersatzteile EMEA bei Crown Gabelstapler.

Was ist der Nutzen aus der MasterClass?

Das Ersatzteilgeschäft bietet auch ohne High End IT-Lösungen (Stichwort: Big Data) eine Fülle von Möglichkeiten, den äußerst profitablen Umsatz zu steigern. Denn in der Regel sind

- die Kunden
 - deren bezogene Endprodukte
 - sowie Absatz und Umsatz mit Ersatzteilen bekannt.
- Meist bedarf es neben der Aufbereitung dieser ohnehin vorhandenen Daten vor allem der Ansprache der Kunden mit überzeugenden Informationen. Dieser Ansatz lässt sich selbst dann verfolgen, wenn die Firma-in-der-Firma „Parts“ personell weit weniger stark aufgestellt ist, als Marketing und Vertrieb im Maschinen-Verkauf.

Was sind die Lernziele?

Die Teilnehmer lernen, wie sie vorhandene Daten so aufzubereiten, dass

- mit vorhandenem Werkzeug (Office)
- mit vorhandenen Daten (ERP)

Transparenz für den Ersatzteilvertrieb geschaffen werden kann. Die gleichen Werkzeuge können effektiv dazu genutzt werden, die so gewonnenen Erkenntnisse in der Kommunikation mit Kunden umsatzsteigernd einzusetzen.



For First Hand Experience, Click to Watch



„Gelungene Veranstaltung“

RePower Systems

„Vorbildlich organisiert“

Ebner – Industrieofenbau GmbH

„Interessanter Info-Austausch mit Vertretern anderer Firmen“

Wärtsilä Corporation

„Branchenübergreifender Informationsfluss mit Anregungen“

CHIRON WERKE GmbH & Co. KG

„Ein guter Erfahrungsaustausch und Ideengeber für die weitere Arbeit“

P+S Werften GmbH

„Inspirierender Mix aus theoretischen Methoden und operativen Erfahrungsberichten“

John Deere AG

Zielgruppe

Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsführung, Direktoren, Leiter und verantwortliche Mitarbeiter der Abteilungen

- Ersatzteilmanagement, -service, -verkauf
- Ersatzteillogistik
- After Sales Service / Kundendienst
- Instandhaltung
- Bestandsmanagement
- Lagermanagement, -logistik
- Internationaler Vertrieb / Sales / Service
- Einkauf und Beschaffung

im Maschinen- und Anlagenbau