

Beispiele für die Anwendung von PM in Vertrieb (& Marketing):

1) **Produkteinführung**. Bei der Einführung eines neuen Produkts/Dienstleistung helfen PM-Techniken, eine reibungslose und koordinierte Einführung zu gewährleisten.

Dazu gehören:

- 1) die Definition des Projektumfangs

- 2) Festlegung von Zielen

- 3) Erstellung eines Zeitplans

- 4) Zuweisung von Aufgaben & Zuständigkeiten

- 5) Überwachung des Fortschritts.

PM erleichtert die funktionsübergreifende (wertstromorientierte) Zusammenarbeit und stellt sicher, dass alle Aspekte der Einführung koordiniert und effektiv durchgeführt werden.

2) **Marketing Kampagnen**: Das PM spielt eine entscheidende Rolle bei der Planung, Durchführung & Bewertung. Es umfasst:

- 1) die Definition von Kampagnenzielen.

- 2) die Ermittlung von Zielgruppen.

- 3) die Entwicklung von Botschaften & kreativen Elementen

- 4) die Festlegung von Marketingkanälen

- 5) die Festlegung von Budgets & Zeitplänen.

Das PM hilft dabei, Kampagnen auf Kurs zu halten,

gewährleistet eine effiziente Zuweisung von Ressourcen & ermöglicht eine effektive Kommunikation & Koordination zw. den Teammitgliedern.

3) Erweiterung des Vertriebsgebiet. Bei der Erweiterung von Vertriebsgebieten hilft das PM bei der Analyse des Marktpotenzials, der Festlegung der Gebietsgrenzen, der Zuweisung von Vertriebsressourcen und der Festlegung von Leistungskennzahlen. Es umfasst die Koordination von Aktivitäten wie:

- 1) Marktforschung,
- 2) Kundensegmentierung,
- 3) Lead Generation, und
- 4) Vertriebsschulung.

Das PM sorgt für einen strukturierten Ansatz bei der Gebieterweiterung und ermöglicht die Wachstumschancen zu maximieren und die Effizienz zu wahren.

4) Implementierung von CRM. Die Implementierung von CRM Systemen umfasst mehrere Aufgaben und Beteiligte. PM Techniken helfen dabei, die Anforderungen zu definieren, eine geeignete CRM-Software auszuwählen,

den Implementierungsprozeß zu planen, Ressourcen zuzuweisen und die Integration mit bestehenden Systemen zu verwalten. Das PM sorgt für eine reibungslose CRM-Implementierung und erleichtert die effektive Verwaltung von Kundendaten, die Verfolgung der Vertriebspipeline, und den Aufbau von Kundenbeziehungen.

5) Veranstaltungsmanagement: Vertriebs- & Marketingteams organisieren häufig Messen, Konferenzen oder Produktdemos. Bei der Planung, Durchführung und Koordination dieser Veranstaltungen helfen PM Ansätze wie:

- 1) Auswahl des Veranstaltungsortes
- 2) Budgetierung
- 3) Veranstaltungsmarketing
- 4) Logistikmanagement
- 5) Koordination mit Anbietern & Partnern.

Das PM stellt sicher, dass die Veranstaltung gut organisiert wird, die Termine eingehalten und die Ressourcen effektiv genutzt werden.

