



MARKUS MILZ

BERATER | AUTOR | SPEAKER

MARKUS MILZ

BERATER | AUTOR | SPEAKER



Kostenorientiert
Nachfrageorientiert



www.bmw.de

20

JAHRE
ERFAHRUNG

75

BEREISTE
LÄNDER

5000

ZUFRIEDENE
KUNDEN

825

GEHALTENE
VORTRÄGE

„ ICH MÖCHTE MICH HERZLICH
BEI HERRN MILZ BEDANKEN.
DIES HAT MIR WIEDER NEUE
PERSPEKTIVEN UND BLICKE
ÜBER DEN EIGENEN
TELLERRAND ERMÖGLICHT.“

Roman Hiersig
Geschäftsführer Rhein-Getriebe GmbH

SAGEN, WAS SACHE IST

Im Design gibt es eine einfache Regel: „Form follows Function“. Die beste Optik wird unbedeutend, wenn das Produkt seine Aufgaben nicht erfüllt. Beim „Design“ eines Vortrags ist es ähnlich. Der größte Unterhaltungsfaktor auf der Bühne hat keinen Wert, wenn die Inhalte nicht stimmen. Die Vorträge von Markus Milz folgen dieser Prämisse. Extrem inhaltsstark und informationsgetrieben, mit fein dosiertem Humor und didaktisch klugem Aufbau, der nicht nur Lust am Zuhören macht, sondern auch zum Weiterdenken und Umsetzen des Gehörten anregt, bewegt er seine Zuhörer. Souverän im Auftreten, sicher im Vortrag und überzeugend in den Inhalten: Markus Milz sagt was Sache ist. Er sagt es deutlich und so, dass es Wurzeln in den Köpfen schlägt.

Als Gründer und Geschäftsführer der Unternehmensberatung Milz & Comp. ist Markus Milz einer der gefragtesten Fachleute, wenn es um Werkzeuge für die Wirtschaft geht. Der Mittelstandsexperte und sein Consultant-Team bieten Beratung, Konzeption, Umsetzung und Schulung aus einer Hand. Insbesondere für den Mittelstand hat Markus Milz systematische Module entwickelt, die messbare und nachhaltige Steigerungsraten bewirken.

Markus Milz ist nicht nur als Autor, Trainer und Redner aktiv. Er teilt sein Wissen auch als Dozent renommierter Bildungseinrichtungen und hält einen Lehrstuhl für Führung und Organisationsgestaltung an der Hochschule Fresenius in Köln. Seit dem Sommersemester 2018 ist er daneben als Dozent für Vertriebsmanagement an der SRH Heidelberg tätig. Außerdem ist Markus Milz der Initiator eines einzigartigen Verbundprojektes für den Mittelstand. Hier treffen sich führende Vertreter der „Hidden Champions“ zu einem moderierten Erfahrungsaustausch zu Vertriebs- und Wachstumsstrategien.





Milz & Comp.

 **BERGEN GROUP**
Management Consultants GmbH

Nach seiner Zeit als Senior Auditor bei der KPMG AG und als Manager bei der Droege & Comp GmbH in Düsseldorf gründete der zweifache Vater die Beratungsunternehmen BERGEN GROUP Management Consultants GmbH und die Milz & Comp GmbH mit Sitz in Köln. Markus Milz gilt als ausgewiesener Vertriebsexperte insbesondere für den Mittelstand und berät Firmen im In- und Ausland. Der Schwerpunkt seines Beratungsansatzes für den Vertrieb

liegt auf der Strategie des Gesamtunternehmens, in das der Vertrieb eingebettet ist. „Wenn es beim Vertrieb hapert, muss das nicht an den Verkäufern liegen“, lautet sein Credo. Oft liegen die Ursachen tiefer im Unternehmen verborgen. Markus Milz unterstützt seine Kunden dabei, die versteckten Bremsen zu entdecken und an den richtigen Stellschrauben zu drehen – für besseren Absatz und mehr Erfolg.

Wenn Markus Milz nicht im Einsatz für seine Kunden ist, begeistert er sich für fremde Länder. Auf seinen Reisen lässt sich der passionierte Taucher immer wieder von anderen Kulturen gefangen nehmen und sammelt Inspirationen für den Berateralltag und seine Vortragstätigkeit. Dabei lernt der passionierte Taucher sein Ziel nicht nur über sondern auch unter der Wasserlinie kennen. „Die größten Schätze liegen oft im Verborgenen. Das ist im Unternehmen nicht anders als beim Tauchen“, meint Markus Milz. Und dass er Recht damit hat, beweist er jeden Tag aufs Neue.



DER UNTER- NEHMER MARKUS MILZ





Milz & Comp.

Das Herz der Milz & Comp. GmbH schlägt für das Wohl des Mittelstands. Spezialisiert auf die Themen Strategie, Vertrieb und Führung, stehen exzellente Beratungsleistungen und ein zukunftsweisendes Seminarprogramm zur Vertrieboptimierung im Zentrum ihrer Expertise. Erfolgsgetriebene Coaching-Angebote und zielorientierte Unterstützung beim Umsetzen strategischer Maßnahmen in allen Bereichen mittelständischer Unternehmen runden das Leistungsspektrum der Kölner Beratungsgesellschaft umfassend ab. Im Jahr 2001 durch Diplom-Kaufmann und -Volkswirt Markus Milz gegründet, konnte sich das Unternehmen schon bald im Markt etablieren und einen starken Namen machen.

In den von ihr initiierten und moderierten Verbundprojekten bringt die Milz & Comp. GmbH wiederkehrend marktführende Unternehmen des Mittelstands zum intensiven Erfahrungsaustausch an einem Tisch zusammen. Über eineinhalb Jahre prägt eine hohe und offene Diskussionskultur die regelmäßigen Begegnungen der teilnehmenden Inhaber und Geschäftsführer. Dieser gemeinsame Geist gewährleistet einen branchenübergreifenden Know-how-Transfer und hohe Synergie-Effekte für jedes beteiligte Unternehmen. Nach Abschluss der achtzehn gemeinsamen intensiven Monate nehmen viele Teilnehmer des Verbundprojektes die Gelegenheit wahr, dem Mittelstandsnetzwerk der Milz & Comp. GmbH beizutreten.



Die BERGEN GROUP ist eine Unternehmensberatung mit dem Fokus auf die Themen Fördermittel und Wachstumsfinanzierung. Insbesondere im Bereich der echten, nicht rückzahlbaren Zuschüsse sorgt sie dafür, dass ihre Kunden Innovationen hervorbringen, ihre Produktentwicklung forcieren und zukunftsweisende Investitionen tätigen können. Durch engen Kontakt zu Investoren, Fördergebern und Projektträgern findet die BERGEN GROUP die richtigen Ansprechpartner für das jeweilige Vorhaben. Sie begleitet ihre Kunden im gesamten Innovationsprozess, von der Findung relevanter Förderprogramme und erfolgversprechender Projekte über die Analyse der Förderwahrscheinlichkeit, die Erarbeitung des Finanzierungskonzeptes bis hin zur Beantragung und Abrechnung der Förderung. Dabei übernimmt sie auf Wunsch die vollständige Antragstellung inklusive aller Formalitäten, die Erstellung der technischen Projektbeschreibungen und die Bearbeitung der Rückfragen der Fördergeber. Unkomplizierte Beantragung, eine hohe Erfolgsquote von über 90% und ein erfolgsabhängiges Honorarmodell zeichnen die BERGEN GROUP als fairen Partner aus.

„ LIEBER HERR MILZ, ICH
BIN DURCH IHRE ART DER
MODERATION JEDERZEIT
MITGENOMMEN WORDEN... “

Holger Manske

Geschäftsführer Marketing & Vertrieb,
Erfurt & Sohn KG



ZUM THEMA: DIE VORTRÄGE



01 Bauch oder Kopf? Chaka-Chaka oder System? Was braucht's zum erfolgreichen Verkauf?

Besteht Ihre Vertriebsmannschaft eher aus „freischaffenden Künstlern“ die ihrem Instinkt folgen und irgendwie und irgendwann hoffentlich das Projekt akquirieren? Oder eher aus strukturiert, effektiv und effizient arbeitenden „Handwerkern“, die verlässlich und planbar einen guten Job machen? Effektivität führt auf direktem Weg zum Ziel, Effizienz spart Zeit, Geld und Energie. Auch im Vertrieb sind diese beiden Faktoren entscheidend.

In vielen Unternehmen fehlt ein systematischer Vertriebsprozess, bei dem alle Elemente wie Zahnräder ineinandergreifen, einen

bestmöglichen Flow zum Verkaufsergebnis ermöglichen und wo Ergebnisse plan- und duplizierbar sind. Und in dem es nicht auf das „Verkaufsgenie“ einzelner ankommt, sondern auf „das richtige Vorgehen“ aller.

Mit der innovativen SALESTOOLBOX® der Milz & Comp. GmbH bekommen Unternehmen alles an die Hand, was sie benötigen, um einen Vertriebsprozess aus einem Guss zu schaffen und aufrechtzuerhalten.

Der Vortrag schildert:

- wie Sie mit cleverer Kundensegmentierung das volle Potential Ihrer Bestandskunden ausschöpfen
- wie Top-Unternehmen ihre Vertriebsprozesse optimieren und gezielt Umsätze mit Neu- und Bestandskunden profitabel steigern
- zeigt Ansätze, wie Sie in allen Vertriebsbereichen maximale Effektivität und Effizienz erzielen können

Agenda / Schritte zum Vertriebs Erfolg:

- „Wer Visionen hat sollte zum Arzt gehen“
- Verkäufer: „Diva“, „Superstar“ oder „Handwerker“?
- Die 38 Wege der Neukundengewinnung
- „Prozessorientierung und KVP im Vertrieb geht nicht! Oder doch?“
- Beispiele und Best Practices effizienter und messbarer Vertriebsprozesse

Niemand braucht „sprechende Produktkataloge“ – genannt „Verkäufer“. Der Vertrieb ist tot – es lebe der Vertrieb!

Wenn ich etwas kaufen möchte und mir ein Urteil über die Qualität und die Leistungsfähigkeit eines Produktes bilden möchte, zücke ich mein Smartphone oder Tablet und lese Testurteile im Internet. „Verkäufer lügen doch eh!“

Wenn mein Lieferant stets nur meine bestehenden Bedürfnisse bedient und „Ware verteilt“, so wird er für mich austauschbar. Selbst, wenn die Leistung zuverlässig erbracht wird, verändert sich meine Wahrnehmung: Was einst hohe Zufriedenheit generiert hat, wird zunehmend als Selbstverständlichkeit wahrgenommen, „Preis“ wird zum entscheidenden Kriterium. Im folgenden Preisduell gibt es keine Gewinner.

Die Lösung:

1. Ignorieren Sie „feststehenden Bedarf“ – vergessen Sie Lösungsverkauf, verkaufen Sie „Erkenntnisgewinn“! Provozieren Sie!
2. Setzen Sie auf Mobilisierer – nicht Redner – Topverkäufer suchen Ansprechpartner, die unbequeme Fragen stellen! Netzwerken Sie!
3. Erläutern Sie den optimalen Beschaffungsprozess - entdecken und verstehen Sie den Einkaufsprozess des Kunden! Beruhigen Sie!

Agenda / Schritte zum Vertriebs Erfolg:

- Wie nimmt mein Kunde mich wahr?
- „Kein Bedarf, kein Budget, kein Interesse!“
- „Nein, Herr Kunde, das sehe ich ganz anders...“
- Verkaufen im Jahre 2020: Provozieren, Mehrwert bieten, Kunden herausfordern
- Beispiele und Best Practices: Ausschreibungen „töten“ – im Wettbewerb gewinnen





Pricing – es gibt immer einen, der es billiger macht!

Es gibt immer einen, der es billiger macht. Das ist richtig, aber wollen auch Sie der Billigste sein? Falls ja, warum? Ist der Preis denn immer ausschlaggebend eine Dienstleistungen oder ein Produkte zu kaufen? Natürlich nicht, denn wäre dies der einzige Grund, so hätten viele Anbieter im Markt keine Existenzberechtigung. Verhandlungsmasse sind eben nicht nur Produkteigenschaften, sondern Bedarf oder Nutzen, den der Kunde hat. Eine umfassende Markenstudie hat ergeben, dass dass Service bei einer Kaufentscheidung noch vor

den Kriterien Erfahrung und Qualität steht. Erst danach kommt der Preis ins Spiel. So gibt es zahlreiche auch Möglichkeiten, einen Preis zu setzen. Die meisten Menschen jedoch wissen absolut nicht, welche Preise fair und angemessen sind. Wissen Sie, welche Preisstrategie für Sie „richtig“ ist? Hier müssen Wertetreiber gefunden werden. Ist der Preis einmal definiert, heißt es vom Kunden plötzlich „Sie sind mir zu teuer“. Wie reagieren Sie auf eine solche Aussage? Es gibt viele Möglichkeiten in Preisverhandlungen gegenzuhalten.

Der Vortrag schildert:

- warum billig nicht immer gut bzw. profitabel bedeutet und der Preis als Qualitätsmerkmal dient
- wie Sie Ihre individuellen Wertetreiber finden und Ihren eigenen „richtigen“ Preis finden können
- und zeigt Ansätze, welche Möglichkeiten es gibt in schwierigen Preisverhandlungen angemessen zu reagieren.

Agenda / Schritte zum Vertriebs Erfolg:

- Wollen Sie der Billigste sein? Was sind Sie bereit zu zahlen?
- Was ist der „richtige“ Preis? Wofür geben Kunden gern mehr Geld aus?
- Wie reagiert man auf „zu teuer“? Warum will mein Kunde einen günstigeren Preis? Und was kann ich dagegen halten?

04 Deutschland verschläft seine Zukunft. Wer schnarcht am lautesten?

Ausgehend von der Beobachtung, dass die Welt sich rasend schnell ändert – ist es nicht ureigene Aufgabe des Managements, ein innovations- und veränderungsfreundliches Klima zu schaffen, in dem „Können, Wollen und Dürfen“ der Mitarbeiter Hand in Hand gehen? Und Mitarbeiter so zu führen, dass sie bestmöglich wirksam werden?

Doch in Wahrheit treffen überall pfeffrige, willige Mitarbeiter auf verkrustete Strukturen und verkrustete bzw. nur in Hochglanzimgebroschüren vorhandene Unternehmenskulturen, die notwendigen Wandel eher verhindern denn fördern.

Was also ist zu tun, was sind die notwendigen Implikationen, die fast alle Unternehmensbereiche betreffen wie etwa Strategie, Vertrieb und Führung? Was tun Sie und Ihre Mitarbeiter, um die Zukunft und die notwendig werdenden Anpassungen nicht zu verschlafen?

Der Vortrag schildert:

- Beispiele aus der Praxis, welche Anzeichen in einem Unternehmen für „Zukunftsfähigkeit“ sprechen – und welche in die gegenteilige Richtung gehen
- mit welchen Ansätzen und Tools Sie Ihr Unternehmen auf den notwendigen Wandel in allen Unternehmensbereichen vorbereiten
- wie Sie Ihre Mannschaft offen für Veränderung machen und auf dem Weg mitnehmen

Agenda:

- Zukunft beginnt heute!
- Die Welt verändert sich – wie verändern Sie sich?
- Wie entwickeln, verkaufen und führen Sie heute? Und morgen?
- „Vom Tellerwäscher zum Millionär“ – oder doch umgekehrt?
- Beispiele und Best Practices: Wandel gestalten und Mitarbeiter mitnehmen



MARKUS MILZ:
AUSGEZEICHNET.



MEMBER OF
GSA
German Speakers Association
Germany Austria Switzerland

Weitere individuelle Vortragsthemen im Kontext der SALESTOOLBOX® möglich

Strategischer Vertriebsprozess in 10 Schritten: SALESTOOLBOX®

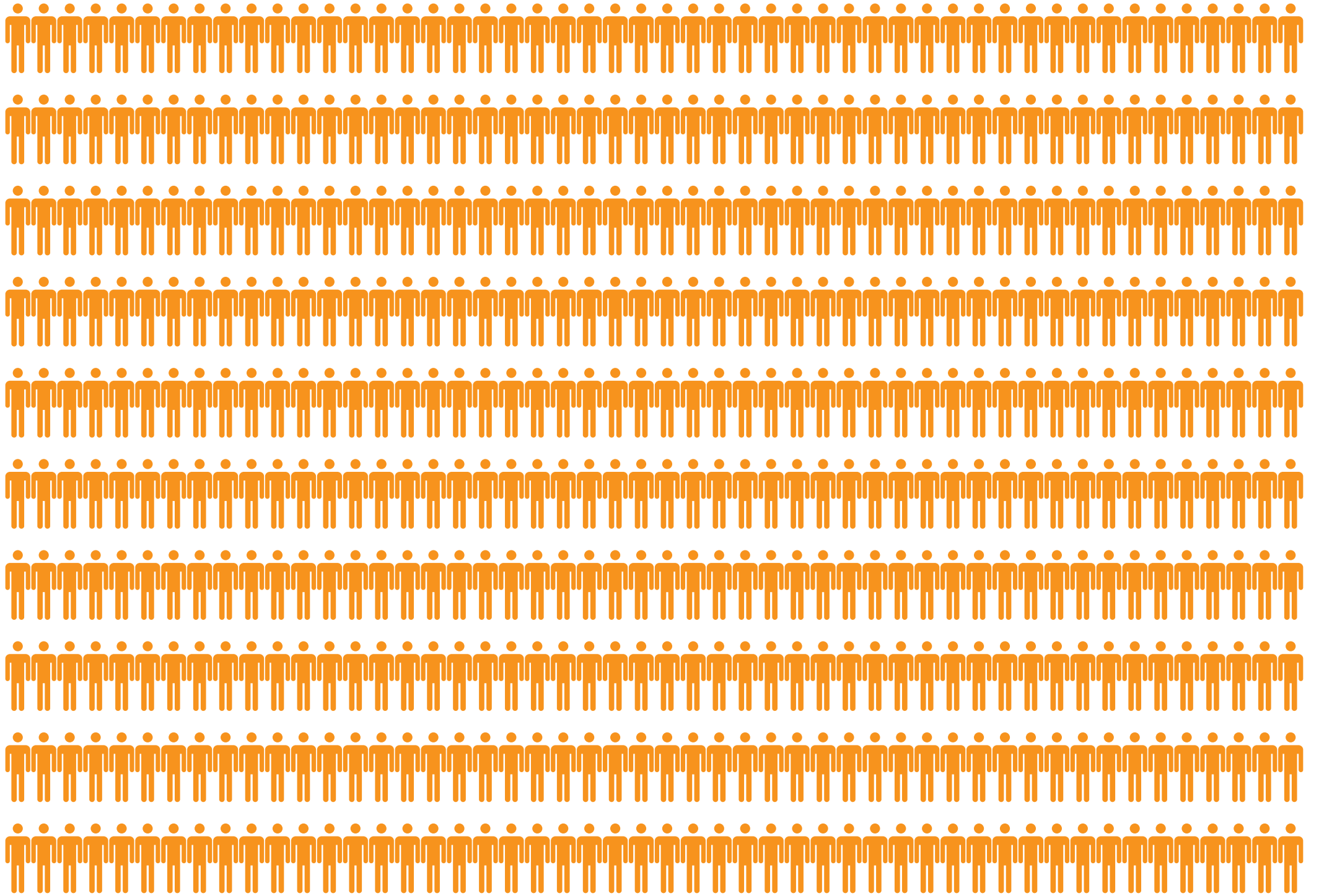


SALES TOOLBOX

by Milz & Comp.



STARKE SEMINARE.
500 ZUFRIEDENE KUNDEN.



A

Abbelen, ABIT, ABSOLUT, ACE Stoßdämpfer, ADM-ISOBLOC, Aerzener Maschinenfabrik, AGROMATIC Regelungstechnik, Air Fresh, Aixigo, Albert Himmeldirk Werkzeugbau, ALMECON Technologie, Amazu, amg, Amsbeck Maschinenteknik, andagon, Ansperger, applied technologies, apt Hiller, Aquasun Schutzfolien, Aqua-Technik Beregnungsanlagen, ARCA-Regler, Arnsberger Metallwerke, artegic, ARTES, arva-to, ASK Chemicals, ASKI, ASKON, Ategris, atka, ATLANTIC, ATP adhesive systems, ATRIOS, August Lapp, Auto Heinen, Autobahn Tank und Rast, Automotive Insulations, Avantgarde

B

B + R Maschinenbau, Barilla, BARLOG plastics, BAUST-Gruppe, BC Deutschland, BE.BEYOND, BEA, Beermann, Berghoff, Bergsch, BEWATEC, BEWITAL-Gruppe, Bilstein, Bimeco, Bitech, Blomberger Holzindustrie, bluvo, Blycolin Textilleasing, Boendgen Baustoffe, Bohle-Gruppe, BÖ-LA, Boll & Kirch Filterbau, Bolsius Deutschland, BONG, Bornemann, brainLight, brial allergen, Brooks Sports, Buchalik Brömmekamp Unternehmensberatung, Bültmann, Business Service Media

C

CADBAS, CamData Holding, Carenetic, Carl Aug. Picard, Catherine Nail Collection, Cattron-Theimeg Steuerungssysteme, certoplast, Chaps & more, Chemische Fabrik Kreussler, Chr. Hansen, Cinderella, cinram, cisbox, City Anzeigenblatt Viersen, CLS, Cognitec, Collogia Unternehmensberatung, Com NRW, ComputerPlus, CONET-Gruppe, CONTACT, Contec, Convista, CoolCase, Coroplast, Creditreform Boniversum, CRM, CYBERDYNE IT, DALMINEX, Datenstrom, dccg Deutsche Consulting & Coaching

D

dc-systeme Informatik, Deflex, DEKOTEC, Delphin, Deutsche Bahn, Dextro Energy, Diagramm Halbach, DigiPara, Dillenberg, doctronic, DoCu Scan, Dr. A. Kuntze, Dr. Nüsken Chemie, Dr. Steingroever, Draka, dreipunktdrei, Druck- und Pressehaus Naumann, Druckerei Köller+Nowak, DSB Säurebau, DTB, DuoTherm, DVVG

E

E+S Unternehmensberatung für EDV, Eckhard Klems Landschaftsbau, Ecologne, Ed. Fitscher, edicos webservice, EDM, EFCO Maschinenbau, eht Siegmund, Eimermacher, e-integration, EKÜ, Elektroanlagenbau Franz Monz, elementmedia, elements of art, ELMED Dr. Ing. Mense, entrada, EON, EOS, Erdmann, Erfurt & Sohn, ErgonomiX Software, ES&S, Esta Rohr, ESYLUX, EUFLOR, Euforma

F

Fabricius Pro Terra, Fass-Braun, FDF (Verband), Felix Schoeller-Gruppe, FHDW, FILTRATEC, Fischer, flexomed, Fliesen Keramik Schmitz, Flohe, FluidSystems, Fooke, FP International-Gruppe, Frembach, Fuchs,

G

G&W Consulting, GEBRA, Gebrüder Lödige Maschinenbau, Gelbau, Georg Jordan, Geschwandtner + Felgemacher, GFA, GfG, GGK, gissih, Global Village, GLS, GoGaS Goch, go-S3 Business Solution, Grammer, Gronenberg, Groschopp, GSB, GSR, Günther Stock, Gustav Klauke, GWK Klebetechnik, GZD

H

H&P Unternehmensberatung, H. Sartorius Nachf., H. Schade, HAGEN INVENT, Hahnemühle, HANNING Elektro-Werke, Hanns Eggen, Hans Frintrup, Hans Soldan, Happich, Harold Scholz, HA-WI Kunststoffe, Hein, HEINER DIRECT, Heinrich Buhl, Hellweg Badsysteme, Helmut Hinz, Hempel Elektromaschinenbau, Hense Wägetechnik, Herforder Druckcenter, Hermann Koch, Hesels vom Berg Werbeagentur, Heusch, HGS, hightech ceram Dr. Steinmann + Partner, Hillebrand Coating Technologies, Hilma-Römheld, Hoffmeister Leuchten, Holzbau Becker & Sohn, Horlemann, HPS, HÜCO Automotive

I

iBS, ID Ausweissysteme, IGEFA Handelsgesellschaft, IHK Gesellschaft für Informationsverarbeitung, Image Access, IMS, Industrial Acoustic Company, Industrieverband Kunststoffverpackungen, ISB, ISG, ITB, ITC, IT-motive

J

J. H. vom Baur Sohn, Joh. van Acken, Johannes Leuchten, Jokey Plastik Wipperfürth, Josef Keller, Jung, Jungmann, Junkers & Müllers

K

K. Schulten, K3, Kalenborn Kalprotect, Karl Marbach, KBKEngineering, Kennametal, KfW Bankengruppe, Kfz Service Brenk, Klaus Lurse Personal, Klöpfer-Therm, KMS, KOCHS, Konrad Rump, KPO, Krafft-Walzen, Kreuzer, Kreyenborg, KRÖGER Greifertechnik, KTW, Kunst- und Werbedruck Wedekind, Kunststoffwerke Adolf Hopf, Kurier Verlag, Kurt Meier, KWP, Kyowa Hakko Europe

L

Lebo, LEHMANN Locks, LEITERMANN, Lenz, Kämper, Ley + Wiegand, LLOYD Shoes, LLS Handelsservice, Logwin Solutions Deutschland, Losberger, Louvrette, LucaNet, Lucke EDV, Luckey, Lyomark

M

Marketing Sevice, Marketing Complete, Markus Adam, Maschinen Rudolf, mbb consult, MDS Holding, MEDA Manufacturing, mediaserve, mediengalerie, Meinolf Gockel, MENZEL Consulting, MERA Tiernahrung, Merkur, MESH, m.e.s., Meßner, Metzgerland, microsonic, Möbelwerk Ilse, Mokoflex, Mozart, Müller & Sohn, MWE Edelstahlmanufaktur, MYDATA

N

Nagler Normalien, Nähzentren Habrock, NanoFocus, NAUE, NBK, Netzteam, NGK Spark Plug Europe, NIEDERBERGER, Niggemeier & Leurs, Nilorn Germany, NRW.INVEST

O

Oberplast, ODAS, Oehr, Oerlikon Saurer, OrbiTeam, Ortlinghaus-Werke, OSA, Osborne Clarke, OTTO, Otto Kind, Otto Schnaudt, OVIBELL, Oxford Instruments

P

P.O.M., Panorama Anzeigenblatt Gruppe, parche & partner AG, PARSCH, PART Engineering, Paul Hildebrandt, Pelzer Acoustic Products, per-bit, PERIT Consulting, Personal & Mehr, Peter Klein, pharma mall, Pinter Guss, PLS, Plüth Gebäudeautomation, Pneumotec, POLI-FILM-Gruppe, pp Druck, Privatbrauerei Ernst Barre, Promata, ProServ Management, ProTec Ingredia, PSi Printer Systems

Q

QUADRINO, QuinScape

R

Rabofsky Falmmaschinen, radfieber, RBW, RDS Consulting, Recuperma, Reifen Tiemann, Report Anzeigenblatt, Rexhepaj Akustik und Trockenbau, Rhein-Getriebe, Rheinland Insulations, RIW-Gruppe, ROMEX, Römheld Friedrichshütte, rotaris, Roth & Lorenz, Rottendorf Pharma, Rottländer Business-IT GmbH, RSL Lichttechnik, RT-Reisen, Rüdiger, Rudolf Hillebrand, RWE

S

Schnick Industrieberatung, Schäfer Haustechnik, S&D Service & Distribution, S&S, S. Siedle & Söhne, S. Steverding, s.e.t. electronics, Saacke Service, SABIC Deutschland, scarbo, SCHAAF Hydraulische Werkzeuge, Schäffer Maschinenfabrik, Schlaadt Plastics, Schleiff, Schnöring, scholz.msconsulting, Schönfeld-Zöller, Schulte - Press- und Stanzwerk, Schweers Consult, Schweiter Technologies, Schwinn, sepago, SET Stange Energietechnik, Sevenval, SEW EURODRIVE, SHK (Verband), Siegerland Bewachung, Sill Leuchten, SITA Airport IT, SITA Deutschland, SKI, Smartwares, SmurfitKappa, Spieth, SPIRIT, Sporto-med, SSG, STAHLWERK UNNA, Standardkessel, STANNOL, Stedele, Steeldesign, Stefan Schmedt, Stefan Tripp, Steinert Elektromagnetbau, Steinhaus, Steinmetz, Stell, Stender, stodtmediendesign, Straumann, surfactor, svh24.de-Gruppe, SWB, SYHAG

T

t+h ingema Ingenieurgesellschaft, Taktsoft, TANATEX, Taube, TCT, Teamwork, Tecno Pro, TEEPACK, Telefonbau Schneider, Tesla, TexStyles, THERMOPROZESS, THF, THI Deutschland, Thiesbürger, ThyssenKrupp, Tischlerei Markus Klemm, TOELLNER Eletronic Instrumente, Top Service, topsystem Systemhaus, transfluid Maschinenbau, TREDY-fashion, Tricept, TriniDat, TROX, TSI, Tüschen & Zimmermann, TZT Wilbring

V

van Clewe, Vaneker & Koch, VDMA (Verband), VDW Verlag für die Deutsche Wirtschaft, Vecoplan, VEGA Software, VEKA, Verlag für elektronische Medien Melle, viadee, Videograph, Villiger Söhne, voestalpine Klöckner, Vogelsang, Volker Gehlen-Werkzeugbau, von Rohr Armaturen, Voortmann, Voswinkel, VSMA

W

Walter Gondrom, Walter Rau Neusser Öl und Fett, WDB, webmatch, Weikamp, Weiss Chemie, WERA, WERIIT, Werner Schulze Derne, WIBERG-Gruppe, WILD-Gruppe, Wilhelm Schröder, wissner-bosserhoff, WITTE-Velbert, Wuppermann

Z

Zapf, zebra, Ziehwerk Plettenwerk

„ IHRE TOOLS HABEN
UNSER UNTERNEHMEN
IN SACHEN MARKETING
UND VERTRIEB DEUTLICH
NACH VORNE GEBRACHT.“

Udo Jakobs

Geschäftsführer Junkers & Müllers GmbH

A portrait of Markus Milz, a middle-aged man with a receding hairline and a light beard, wearing a white button-down shirt over a white t-shirt. He is gesturing with his right hand, pointing upwards and to the right. He is wearing a black watch with a gold case on his left wrist. The background is a bright, out-of-focus interior space.

DER AUTOR
MARKUS MILZ

01



MARKUS MILZ / STEFAN WOLFF

Leistungsorientierte Vergütung im produzierenden Mittelstand

Amazon Kindle Edition, 2012

ASIN: B007TKXW40

Preis: Kindle E-Book € 185,69

Auch in der mittelständischen Wirtschaft sind leistungsorientierte Vergütungssysteme (LoV) weit verbreitet. Bei der Ausgestaltung achten Unternehmen, die mit ihrem System zufrieden sind, zum einen mehr auf die Kombination von Unternehmens- und Individualzielen und zum anderen auf die Verknüpfung von quantitativen und qualitativen Bemessungskriterien. Der variable Vergütungsanteil liegt durchschnittlich bei etwa 20%, wobei Führungskräfte grundsätzlich mehr erhalten als Mitarbeiter ohne Personalverantwortung.

Der Nutzen leistungsorientierter Vergütung wird deutlich, wenn man die nachfolgenden Zahlen betrachtet: Seit der Einführung eines LoV-Systems sind in den zufriedenen Unternehmen die MA-Identifikation mit den Unternehmenszielen (81,8%), die Produktivität (79,2%), die Mitarbeitermotivation (75,5%) sowie die Erfolgsgrößen, wie etwa der Gewinn (64,5%) gestiegen.

02



MARKUS MILZ

Vertriebspraxis Mittelstand **Leitfaden für systematisches Verkaufen**

Springer Gabler Verlag, 2013
ISBN 978-365801-197-0
Preis: € 39,90 | E-Book € 29,99



Internationale Konkurrenz, unsicheres Geschäftsklima und immer mehr Cost Cutting setzen insbesondere mittelständische Unternehmen unter Druck. Dies stellt vor allem die Vertriebsabteilungen vor große Herausforderungen, die auch unter schwierigen Marktbedingungen für Umsatz sorgen müssen.

Um im Vertrieb erfolgreich zu bleiben und weiterhin für profitable Geschäftsabschlüsse zu sorgen, ist es für den Mittelstand wichtiger denn je, kundenorientiert und strukturiert zu agieren. Ein systematischer und nachhaltiger Vertriebsaufbau, effiziente Prozesse sowie ein regelmäßiger, grundlegender Vertriebs-Check sind daher unerlässlich. Der Vertriebsexperte Markus Milz liefert mit diesem Buch das dafür notwendige Know-how. Mithilfe der von ihm entwickelten Sales Toolbox kann jedes Unternehmen in zehn Schritten seine Vertriebsstrategie überprüfen, um anschließend an den richtigen Stellschrauben anzusetzen.

Ein wertvoller Leitfaden mit praktischen Werkzeugen und zahlreichen Fallbeispielen, der Verantwortlichen im Vertrieb direkt und systematisch zeigt, worauf es bei der Vertrieboptimierung ankommt.

AUS DEN REZENSIONEN:

Sales Management Review

„Die strukturierte Aufteilung des Buches in Checklisten und die sich Schritt für Schritt erweiternden Fragen, deren Beantwortung die Qualität der Leistungsfähigkeit jeder Box ausmachen, sind gute Arbeitshilfen. Damit können nicht nur Optimierungspotenziale erkannt, sondern auch die eigene Leistungsfähigkeit und Positionierung überprüft werden. Auf jeden Fall kann die Checkliste die „offenen Baustellen“ im Unternehmen aufzeigen helfen. Praxisbeispiele machen zudem deutlich, worauf es bei der Vertrieboptimierung ankommt. (...) Mit anderen Worten: Es werden Potenziale zur Vertrieboptimierung aufgezeigt, die Optimierung selbst fängt nach dem Buch an.“zehn Schritten seine Vertriebsstrategie überprüfen, um anschließend an den richtigen Stellschrauben anzusetzen.

Ein wertvoller Leitfaden mit praktischen Werkzeugen und zahlreichen Fallbeispielen, der Verantwortlichen im Vertrieb direkt und systematisch zeigt, worauf es bei der Vertrieboptimierung ankommt.“



03



MARKUS MILZ

Praxisbuch Vertrieb: Die Strategie für maximale Vertriebseffizienz

Campus Verlag, 2016

ISBN 978-3593506708

Preis: € 52,00 | E-Book € 47,99



Wie kann der Vertrieb in einem Unternehmen ebenso prozessstark und steuerbar gemacht werden wie die Produktion?

Das gelingt nur, wenn all seine Kernprozesse vollständig in Sollprozesse überführt und deren Etappen auf konkrete Handlungen und Ziele heruntergebrochen werden. Erfahren Sie hier, wie ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess erstmals auch im Vertrieb möglich wird und wie Sie dadurch Ihr gesamtes Unternehmen in einen einzigartigen Organismus verwandeln, dessen Handeln über alle Abteilungen hinweg wie aus einem Guss erfolgt. Dieses einzigartige Buch betrachtet den gesamten Vertrieb in all seinen Prozessen und präsentiert konkrete Handlungsvorschläge, dank derer er wirklich effizient und zukunftssicher aufgestellt werden kann.



„Milz gilt zu Recht als einer der gefragtesten Experten in der deutschen Vertriebslandschaft“

managerSeminare

„Dieses Buch für die Praxis ist eine gut geschriebene und vorzügliche Darstellung von Vertriebsprozessen. Es zeigt Wege auf, den gesamten Vertrieb anhand konkreter Handlungsempfehlungen effizient auszurichten“

management Journal

„Milz führt vor, wie auch im Vertrieb ein professioneller, kontinuierlicher Verbesserungsprozess eingeführt werden kann. Ein Handbuch für besseren Verkauf“

Berufebilder



DER NETZ- WERKER IM MITTELSTAND



Seine tiefe Verbundenheit mit dem Mittelstand und sein großes Verständnis für dessen Belange beweist Markus Milz mit den regelmäßig von ihm und der Milz & Comp. GmbH initiierten Verbundprojekten. In diesen, speziell auf erfolgreiche Mittelständler zugeschnittenen, Arbeitskreisen bringt er Protagonisten aus verschiedenen Branchen und Marktsegmenten zu einem intensiven Erfahrungsaustausch über mehrere Monate zusammen. Im Mittelpunkt der Veranstaltungsreihe steht der Gedankenaustausch auf absoluter Top-Ebene der teilnehmenden Unternehmen. In zunächst acht Treffen über achtzehn Monate, die wechselnd an verschiedenen Standorten der Teilnehmer stattfinden, tauschen sich Unternehmer und Geschäftsführer intensiv aus. Im geschützten Raum des exklusiven Kreises berichten Sie von ihren Best Practices und innovativen Ideen ebenso, wie von den Herausforderungen, vor denen sie und ihre Branchen aktuell stehen. In den Verbundprojekten ergänzt sich die strategische Expertise der Milz & Comp. GmbH ideal mit dem Know-how der eingeladenen Unternehmen. So entsteht ein profitables Netzwerk, das jedem Mitglied maximalen Nutzen und hohe Synergie-Effekte verspricht. Nach 18 intensiven Monaten ist jedes teilnehmende Unternehmen eingeladen, dem erweiterten Mittelstandsnetzwerk von Milz & Comp. beizutreten.



Im zweiten Quartal 2015 startete das insgesamt zwölfte mittelständische Spitzentreffen, das Markus Milz mit seinem Team seit 2004 durchgeführt hat. Zugleich ist es das dritte Event, das sich an deutsche „Hidden Champions“ wendet, die mit Ihren Produkten die weltweite Marktführerschaft für sich beanspruchen. Frühere Events richteten sich unter anderem an Mittelständler aus dem produzierenden Gewerbe oder an Unternehmen aus dem IT-Umfeld. „Wir sind immer wieder überrascht vom Willen der Mitglieder, offen über ihre Erfolge, aber auch Misserfolge, Hoffnungen und Sorgen zu reden“, so Markus Milz, „und besonders überwältigt sind wir von dem langjährigen Vertrauen, das sich zwischen allen Teilnehmern entwickelt und dem großartigen Feedback, das wir erhalten.“ An neuen Ideen für weitere spannende Projekte wird derzeit intensiv gearbeitet. Der Solidarität und der Kooperation des Mittelstands auf der operativen Ebene, jenseits traditioneller Verbandsarbeit, gilt das besondere Augenmerk des Kölner Beratungshauses. „Die Chance, von anderen in ihren Märkten erfolgreichen Unternehmen zu lernen, bekommt man nicht so oft, denn die Gespräche mit Mitbewerbern, die man bei Verbänden trifft, sind wegen der gängigen Compliance-Regelungen untereinander ohnehin sehr eingeschränkt“, lobt Marcus Söhngen, Geschäftsführer des Wuppertaler Unternehmens Coroplast, die Idee der Kölner Berater.

” DER VORTRAG WAR EINFACH
SUPER. VOR ALLEM DIE VIELEN
GUTEN PRAXISBEISPIELE
HABEN IHN ZU EINEM
VOLLEN ERFOLG GEMACHT. “

Jana Stagge

Geschäftsführerin Flexomed GmbH

DAS SAGT DIE PRESSE

DeviceMed

„Markus Milz – der Strategieexperte“

Essenz: „Die richtigen Dinge tun, statt Dinge nur richtig zu tun“

managerSeminare

„Markus Milz – sticht aus dem großen Angebot hervor“

Essenz: „Zielsetzung uneingeschränkt erreicht“; „hoher Praxisbezug, klare Handlungsempfehlungen“

Markt und Mittelstand

„Markus Milz – Experte für variable Vergütungsmodelle“

FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

Essenz: „Mehr Lust, mehr Leistung, mehr Lohn – wenn man ein passendes leistungsorientiertes Gehaltsgefüge schafft. Studie der Unternehmensberatung Milz & Comp. identifiziert Stolpersteine und Best Practice Beispiele“

gmbhchef.

„Markus Milz – der Spezialist für Beratungsleistungen im Bereich Vertrieb“

Essenz: „Erhöhung der Mitarbeitermotivation“

Wissen+Karriere

„Markus Milz – klarer Schwerpunkt auf Strategie und Vertrieb“

Essenz: „Ein Leitfaden für systematisches Verkaufen“

managerSeminare

„Markus Milz – einer der gefragtesten Experten in der deutschen Vertriebslandschaft“

Creditreform

Essenz: „Blick nach vorn!“

mittelstandsmanager.de

„Markus Milz – der Unternehmer“
Essenz: „Eine neue Form, sich mit Fragen der Unternehmensstrategie und Vertriebsoptimierung auseinanderzusetzen“

Wirtschafts-Nachrichten

Essenz: „Das lohnt sich für alle“

acquisa

„Markus Milz – der Consultant“
Essenz: „Milz hat sein Ziel, eine Lücke im Vertrieb zu schließen, erreicht“

manager magazin

„Markus Milz – der Motivationsexperte“

> Management Journal

„Markus Milz – zeigt Wege auf, den gesamten Vertrieb anhand konkreter Handlungsempfehlungen effizient auszurichten“

berufebilder

„Milz führt vor, wie auch im Vertrieb ein professioneller, kontinuierlicher Verbesserungsprozess eingeführt werden kann.“

DUB UNTERNEHMER-Magazin

„Markus Milz – der Vertriebsexperte“
Essenz: „In zehn Schritten erklärt der Autor, wie mit Hilfe der von ihm entwickelten SALESTOOLBOX® alle Bereiche des Vertriebs überprüft und Schwachstellen offengelegt und behoben werden können“

MARKUS MILZ

BERATER | AUTOR | SPEAKER

Markus Milz

Aachener Straße 563-565
50933 Köln

Tel.: +49.221.20 54 800
Fax: +49.221.94 99 14 21
Mail: info@milz-comp.de

www.markusmilz.de
www.milz-comp.de



Speakers Excellence Deutschland Holding

Adlerstraße 41
70199 Stuttgart

Tel.: +49 711 75 85 84 77
Fax: +49 711 75 85 84 85
Mail: info@speakers-excellence.de

www.speakers-excellence.de

