

Inhaltsverzeichnis

1	Vertriebsstrategie	8
1.1	Am Anfang steht die Vision	8
1.1.1	<i>Ihre Unternehmensvision?</i>	9
1.1.2	<i>Ihre Vertriebsvision</i>	10
1.2	Vertriebsanalyse	11
1.2.1	<i>Die 13 wichtigsten Faktoren bei der Vertriebsanalyse</i>	11
1.2.2	<i>Eigene Stärken</i>	12
1.3	Vertriebsstrategie.....	12
1.3.1	<i>Ihr Spezialgebiet</i>	14
1.3.2	<i>Ihre klar definierte Kernzielgruppe</i>	14
1.3.3	<i>Einzigartige Vertriebsstrategie</i>	17
1.3.4	<i>Customeyes-Vertriebskultur</i>	20
2	Vertriebsorganisation	25
2.1	Die richtige Struktur	26
2.1.1	<i>Unterteilung der Organisation</i>	27
2.1.2	<i>Vertriebskanäle</i>	33
2.1.3	<i>Struktur der Aufbauorganisation</i>	42
2.1.4	<i>Detailstruktur</i>	46
2.1.5	<i>Innendienst-Organisation</i>	47
2.1.6	<i>Besonderheit: Vertriebsteams</i>	48
2.2	Kommunikation und Informationsfluss.....	51
2.2.1	<i>Customeyes-Kommunikation</i>	51
2.2.2	<i>Schnittstellen der internen Kommunikation</i>	53
2.3	Entscheidungskompetenzen in der Organisation	59
2.4	Motivation durch Organisation	61
2.5	Customeyes-Organisation.....	62
2.6	Vertriebsplan.....	63
2.6.1	<i>Organisationsplan</i>	64
2.6.2	<i>Personalplan</i>	64
2.6.3	<i>Kommunikationsplan</i>	65
2.6.4	<i>Motivations- und Förderungsplan</i>	65
2.6.5	<i>Erstellung des Vertriebsplans</i>	66
3	Vertriebsprozesse	69
3.1	Vertriebsprozesse identifizieren	69
3.2	Einen Vertriebsprozess definieren.....	70
3.2.1	<i>Stufen der Vertriebsprozesse</i>	71
3.2.2	<i>Merkmale je Stufe</i>	74

3.2.3	Darstellung des Vertriebsprozesses	79
3.2.4	Vorgehen zur Prozessdefinition	84
3.3	Vertriebsprozess: Kundengewinnung	85
3.3.1	Stufe 0: Adresse	85
3.3.2	Stufe 1: Ersttermin vereinbaren	86
3.3.3	Weiter Stufe 1: Vorbereitung des Erstkontakts	89
3.3.4	Stufen 1/2/3: Qualifizierte Analyse	90
3.3.5	Stufe 2: Interessent	95
3.3.6	Stufe 3: Konzeptkunde	95
3.3.7	Stufe 4: Angebotskunde	97
3.4	Kundenwertanalyse	98
3.4.1	Modelle der Kundenwertanalyse	100
3.4.2	Abgeleitete Maßnahmen und Strategien	105
3.5	Vertriebsprozess Kundenausbau	109
3.5.1	Stufe 5: Kundenpflege	110
3.5.2	Stufe 6: Zufriedene Kunden betreuen	113
3.5.3	Stufe 7: Telling Customer / aktiver Empfehlungsgeber	115
3.5.4	Stufe 8: Partner	117
4	Aufgaben der Vertriebsleitung	124
4.1	Ziele setzen	125
4.1.1	Ergebnisbezogene Ziele	127
4.1.2	Kundenbezogene Ziele	130
4.1.3	Mitarbeiterbezogene Ziele	130
4.1.4	Prioritäten	132
4.2	Rahmenbedingungen schaffen	133
4.2.1	Vergütung	133
4.2.2	Aktionsplanung	142
4.2.3	Vertriebsmeetings	144
4.3	Vertriebssteuerung	149
4.3.1	Kriterien der Vertriebssteuerung	151
4.3.2	Richtig steuern	153
4.3.3	Instrumente der Vertriebssteuerung	154
4.3.4	Forecast-Planung	157
4.3.5	Steuerung in harten Zeiten	159
4.4	Unterstützung der Vertriebsmitarbeiter	160
4.4.1	Qualifizierte Mitarbeiter	161
4.4.2	Engagierte Mitarbeiter	164
4.4.3	Spezialthema: Partner und freie Mitarbeiter führen	167

5	Kundenorientierte Vertriebsmitarbeiter	169
5.1	Anforderungsprofil	170
5.1.1	<i>Rollenverständnis</i>	171
5.1.2	<i>Persönliche Werte</i>	172
5.1.3	<i>Einstellungen</i>	173
5.1.4	<i>Wissen – Können</i>	174
5.1.5	<i>Der Verkäufer im Innendienst</i>	175
5.2	Recruiting von Vertriebsmitarbeitern	176
5.2.1	<i>Auswahl der richtigen Mitarbeiter</i>	177
5.2.2	<i>Mitarbeiter finden</i>	178
5.3	Selbstmotivation im Vertrieb.....	184
6	Integrierte CRM-Systeme	187
6.1	Grundlagen des CRM.....	187
6.1.1	<i>CRM ist „in“, warum eigentlich?</i>	187
6.1.2	<i>Was bedeutet CRM im Einzelnen?</i>	188
6.2	Eigene Anforderungen klären.....	189
6.3	Auswahl eines Systems.....	194
	Lösungshinweise	198
	Verwendete Literatur	200
	Internet-Quellen	201
	Herausgeber/Autor	202
	Stichwortverzeichnis	203