

Inhalt

Vorwort _____	7
Der Vertrieb gewinnt an Bedeutung _____	17
Die Aufgabe des Vertriebs im Unternehmen _____	18
Die Abgrenzung des Vertriebs zu anderen Funktionsbereichen _____	20
Warum im Vertrieb arbeiten? _____	23
Motive für den Vertriebseinsteiger _____	23
Die Veränderung des Vertriebsimage _____	24
Das Selbstverständnis des Vertriebsmitarbeiters _____	25
Die Unsicherheit des Berufseinsteigers _____	26
Was spricht für den Vertrieb, was macht seine Härte aus? _____	26
<i>Kurzcheck</i> _____	28
Persönliche Eignungsmerkmale _____	28
Durchsetzungsvermögen – kann ich jemanden überzeugen? _____	30
Anpassungsfähigkeit – kann ich mich in die Lage des anderen versetzen? _____	30
Sensibilität – verstehe ich meinen Gesprächspartner? _____	31
Leistungsbereitschaft – arbeite ich hart für ein Ziel? _____	31
Einsatzfreude – habe ich Spaß am Erfolg? _____	32
Zielorientierung – weiß ich, worauf es ankommt? _____	32
<i>Kurzcheck</i> _____	33
Vorqualifikationen – wodurch werden sie bestimmt? _____	33
Das Produkt- und Leistungsangebot des Unternehmens _____	34
Die Vertriebsstruktur des Unternehmens _____	35
Komplexität des Verkaufszyklus _____	36
Das aktuelle Marktumfeld _____	37
<i>Kurzcheck</i> _____	38

Wege in den Vertrieb – der Einstellungsprozess _____	39
Formen der Personaleinstellung _____	39
Hauptzielsetzungen im Vorstellungsgespräch _____	44
Das Verkaufsrollenspiel als Bestandteil des Vorstellungsgesprächs _____	45
Was ich beim Einstellungsprozess beachten sollte _____	50
<i>Kurzcheck</i> _____	54
Prinzipien des Vertriebs im Gesamtzusammenhang _____	55
Die Marktsituation _____	55
Die Marktteilnehmerzahl bestimmt die Marktsituation ____	56
Die Marktdynamik beeinflusst die Marktsituation _____	59
Konsequenzen für die Vertriebsorganisation ... _____	61
... im Monopoliumfeld mit Stagnation oder Wachstum ____	61
... im Monopoliumfeld mit sinkendem Marktvolumen ____	62
... im Oligopoliumfeld mit Preisstabilität und Wachstum _	63
... im Oligopoliumfeld mit Preiskampf (ruinöser Wettbewerb)	64
<i>Kurzcheck</i> _____	70
Der Verkaufszyklus _____	71
Phasen des Verkaufszyklus _____	72
Akquisitions- oder Einstiegsphase _____	73
Vorvertragsphase _____	75
Entscheidungs- oder Abschlussphase _____	77
Nachvertragsabschlussphase _____	79
Betreuungsphase nach Auftragsabwicklung _____	81
Wiedereinstiegsphase (Anschlussakquisition) _____	82
Generelle Zielsetzungen im Prozess des Verkaufszyklus ____	83
<i>Kurzcheck</i> _____	84
Führung und Steuerung des Vertriebsprozesses _____	85
Vertriebssteuerung als Teil des Vertriebsführungs- prozesses _____	85
Der Zielfindungsprozess – vom Gesamtvertriebsziel zu Einzelzielen _____	87
Motivation der Vertriebsmitarbeiter _____	93
<i>Kurzcheck</i> _____	95
Bestandteile des Vertriebssteuerungssystems _____	96
Bestimmung der Schlüsselerfolgskriterien _____	99
Vorvertragliche Erfolgskriterien _____	100

Die kurzfristige Vertragsabschlussplanung _____	103
Die Ergebnisfortschreibung _____	110
Erkenntnisgewinn – ein Beispiel _____	112
<i>Kurzcheck</i> _____	114
Das Tagesgeschäft des Vertriebsmitarbeiters _____	115
Die Zeit ist knapp bemessen _____	115
Gesamtziele herunterbrechen – kleine Schritte sind leichter _	116
Wie setze ich Zielvorgaben um? _____	116
Mein persönliches Controlling _____	117
Die Klippen des Tagesgeschäfts erfolgreich umschiffen _____	118
Konstruktiver Umgang mit Hindernissen – die halbe Miete	118
Konfliktpotenziale im Vertriebsprozess _____	124
Konflikte zwischen Vertriebsaußendienst und -innendienst _	130
Konflikte zwischen Vertriebs- und Serviceaußendienst ____	135
Konflikt zwischen Vertrieb und Marketing _____	138
<i>Kurzcheck</i> _____	140
Erfolgsstrategien für den einzelnen Vertriebsmitarbeiter ____	141
Die persönliche Differenzierung als Basiserfolgsfaktor ____	142
Differenzierung kann sehr einfach sein – drei Beispiele ____	145
Differenzierung durch Fachkompetenz _____	147
Differenzierung im Prozess der Produktpräsentation _____	149
Differenzierung durch kontinuierliche Akquisitionstätigkeit	152
Differenzierung im Prozess der Zielmarktbearbeitung ____	155
Differenzierung im Beziehungsmanagement _____	158
Weitere Erfolgsstrategien _____	160
Die Erfolgsplanung _____	160
Strukturiertes Kundenmanagement _____	162
Der frühe Verhandlungseintritt _____	165
Die Vertragsabschlussmessung _____	167
Von den Besten lernen _____	168
Die persönliche Einstellung _____	172
<i>Kurzcheck</i> _____	173
Verkaufsförderung – Trümpfe im Tagesgeschäft _____	174
Formen der Verkaufsförderungsmaßnahmen _____	175
Kompetenzen – wer entscheidet über den Einsatz? _____	177

Verkaufsförderung – der Vertriebsmitarbeiter bestimmt den Einsatz _____	178
Imagebroschüre des Unternehmens _____	182
Unternehmenspräsentation _____	183
Nutzenorientiertes Prospektmaterial _____	185
Hauseigene Kundenzeitschrift _____	186
Sonderdrucke über Referenzanwendungen _____	187
Pressespiegel _____	188
Leistungskatalog _____	189
Muster und Exponate _____	190
Give-Aways _____	191
Verkaufsförderung – im Team sind Sie stark _____	192
Open-House-Veranstaltung _____	193
Kundenwertschätzungsprogramme _____	194
Anwenderbezogene Tagungen _____	195
Leistungspräsentationen vor Ort _____	197
Verkaufsförderung – nutzen Sie die Power der Zentrale _____	198
Messeteilnahme _____	199
VIP-Trips _____	201
Anwendertagungen _____	202
Fabrikbesichtigungen _____	203
Internetkommunikation _____	204
Zeitlich befristete Verkaufsaktionen _____	205
Das Notebook als Präsentationsmedium _____	206
<i>Kurzcheck</i> _____	207
Der Entlohnungsprozess im Vertrieb _____	208
Vor- und Nachteile der fixen Entlohnung im Vertrieb _____	209
Vor- und Nachteile der variablen Entlohnung im Vertrieb _____	209
Die Kombination des fixen und variablen Entlohnungssystems _____	210
Grundzüge und Aufbau eines Provisions-/ Prämiensystems _____	213
Verkaufswettbewerbe und ihre Zielsetzungen _____	217
Incentives _____	219
<i>Kurzcheck</i> _____	222

Key Account Management – die Königsdisziplin im Vertrieb	223
Was ist ein Key Account? – Nicht einfach zu fassen	224
Auswahl und Eignungsmerkmale von	
Key Account Managern	229
Key Account Management als eigenständiger	
Vertriebsbereich	231
Die Königsdisziplin in der Praxis	235
Zielsetzungen und Entlohnungsformen im	
Key Account Management	243
<i>Kurzcheck</i>	245
Glossar	247
Literatur	255
Der Autor	256