

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Vorwort zur zweiten Auflage	7
1 Einleitung	11
2 Vertriebscontrolling ist unverzichtbar	15
2.1 Die Aufgaben des Vertriebscontrolling	15
2.1.1 Informationsstrategien entwickeln	17
2.1.2 Entscheidungsrelevante Informationen sammeln	20
2.1.3 Gesammelte Informationen auswerten, aufbereiten und bereitstellen	21
2.2 Das Vertriebscontrolling unterstützt Entscheidungen	24
2.3 Die Restriktionen des Vertriebs in der Entscheidungsfindung	27
3 Vertriebsinformationssysteme (VIS)	35
3.1 Die unterstützende Komponente	35
3.2 Die systematische Informationsgewinnung	38
3.3 Die systematische Informationsauswertung	50
3.4 Die Vorteile einer vertrieblichen Nutzung der systematischen Informationsauswertung in der Praxis	56
4 Strategisches Vertriebscontrolling	59
4.1 Die vorausschauende Komponente	59
4.2 Die Methoden für die richtige Strategie	62
4.2.1 Relative Stärken und Schwächen kennen	62
4.2.2 Märkte einschätzen	66
4.2.3 Kunden analysieren	74

4.2.4 Wettbewerber beurteilen _____	91
4.2.5 Produkt- und Dienstleistungsangebote positionieren _____	100
4.2.6 Vertriebsorganisation bewerten und ausrichten _____	114
4.2.7 Vertriebsprozesse aufnehmen und verbessern _____	122
4.2.8 Vertriebswege definieren und optimieren _____	136
4.2.9 Risiken abwägen _____	152
4.3 Ein Frühwarnsystem definieren und anwenden _____	159
4.4 Die Vertriebsstrategie mittels Balanced Scorecard operationalisieren _____	162
5 Operatives Vertriebscontrolling _____	175
5.1 Die zurückblickende Komponente _____	175
5.2 Die Blickwinkel des operativen Vertriebscontrolling _____	180
5.2.1 Preiskalkulation _____	181
5.2.2 Vertriebserfolgsrechnungen _____	192
5.2.3 Break-Even-Analyse _____	201
5.2.4 Abweichungsanalyse _____	205
5.2.5 Systemunterstütztes Vertriebscontrolling _____	214
6 Implementierung des Vertriebscontrolling _____	221
7 Fallstudien _____	227
7.1 Vertriebscontrolling in der Pharmaindustrie _____	227
7.2 Verkaufsgebietsgestaltung anhand des „OPC Hotspot-Konzepts“ _____	230
7.3 Vertriebskonzeption unter Berücksichtigung regionaler Marktpotenziale in der Telekommunikationsbranche _____	242
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen _____	251
Literaturverzeichnis _____	254
Der Autor _____	256