

# Inhalt

<b>Einleitung . . . . .</b>	<b>9</b>
<b>Status quo 2023 – Transformation und Neuerfindung . . . . .</b>	<b>13</b>
<b>Das Buch . . . . .</b>	<b>15</b>
<b>Meine persönliche Entdeckungsreise des Direktvertriebs . . . . .</b>	<b>19</b>

## **Teil I Der Direktvertrieb aus der Außensicht – ein Panorama**

<b>1. Was ist Direktvertrieb? . . . . .</b>	<b>25</b>
<b>2. Was ist nicht Direktvertrieb? . . . . .</b>	<b>31</b>
<b>3. Klassischer Direktvertrieb vs. Network Marketing – ein Vergleich . . . . .</b>	<b>41</b>
<b>4. Das Warum des Direktvertriebs. . . . .</b>	<b>51</b>
<b>5. Die Vor- und Nachteile des Direktvertriebs. . . . .</b>	<b>55</b>
<b>6. Die Größe des Direktvertriebs . . . . .</b>	<b>65</b>
<b>7. Die Bedeutung des Direktvertriebs . . . . .</b>	<b>75</b>
<b>8. Zur Geschichte des Direktvertriebs. . . . .</b>	<b>81</b>

## **Teil II Wie funktioniert der Direktvertrieb?**

<b>9. Wer ist Direktvertrieb? . . . . .</b>	<b>97</b>
<b>10. Die DNA des Direktvertriebs . . . . .</b>	<b>115</b>
<b>11. Systeme im Direktvertrieb . . . . .</b>	<b>137</b>
<b>12. Die Marketing-Ps im Direktvertrieb. . . . .</b>	<b>149</b>
<b>13. Salesforce-Segmentierung – ein Beratermodell . . . . .</b>	<b>183</b>

<b>14. Direktvertriebsmodelle . . . . .</b>	<b>193</b>
<b>15. <math>\epsilon = B \times A \times P</math> – die Erfolgsformel im Direktvertrieb . . . .</b>	<b>211</b>
<b>16. Die rechtlichen Aspekte im Direktvertrieb . . . . .</b>	<b>225</b>
<b>17. Quo vadis, Direktvertrieb? . . . . .</b>	<b>237</b>
<b>Danksagung . . . . .</b>	<b>259</b>
<b>Der Autor . . . . .</b>	<b>261</b>
<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>263</b>
<b>Stichwortverzeichnis. . . . .</b>	<b>267</b>