

Inhalt

Vorwort	7
Survival-Checkliste	11
1 Mit Strategie auf Erfolgskurs	15
1.1 Vertrieb – ein wichtiger Wettbewerbsfaktor	17
1.2 Merkmale einer exzellenten Vertriebsstrategie	23
1.3 Schritt für Schritt zum Vertriebskonzept	55
1.4 Strategieumsetzung ohne Kreativitätsverlust	111
2 Basis für mehr Produktivität: die richtige Vertriebsorganisation	129
2.1 Aufgabenverteilung innerhalb der Vertriebsabteilung	131
2.2 Aufbau der Vertriebsstruktur	135
2.3 Organisationsalternativen des Kundenmanagements	144
2.4 Einordnung des Vertriebsbereichs im Unternehmen	161
2.5 Outsourcing des Vertriebs	168
2.6 Auslagerung intern: Shared-Services-Center	172
2.7 Ablauforganisation im Vertrieb	177
2.8 Neustrukturierungen erfolgreich durchführen	187
3 Effizientes Gebietsmanagement	195
3.1 Geschickte Gebietsplanung	197
3.2 Berechnung der Verkäuferzahl in Abhängigkeit vom Kundenwert	200
3.3 Wie viele Kunden können sinnvoll bearbeitet werden?	205
3.4 Potenzialorientierte Gebietsplanung	208
3.5 Verkaufsgebiete als Profit-Center	211
4 Profiverkäufer suchen, auswählen und integrieren	227
4.1 Personalpolitik der Zukunft	229
4.2 Fehlbesetzungen im Vertrieb sind teuer	233
4.3 Was Spitzenverkäufer auszeichnet	238
4.4 Topverkäufer finden	241
4.5 Neue Mitarbeiter effizient einarbeiten	265
5 Vertriebsmannschaften zum Erfolg führen	275
5.1 Vertriebs- und Verkaufsmanager als Führungskraft	277

5.2	Mitarbeiterleistungen bewerten	287
5.3	Führen durch Mitarbeitergespräche	301
5.4	Tägliches Feedback	321
5.5	Leistungssteigerung durch immaterielle Motivation	331
5.6	Leistungssteigerung durch materielle Motivation	354
5.7	Verkaufsteams führen und motivieren.	366
6	Steigerung der Produktivität im Vertrieb.	375
6.1	Erhöhung der Mitarbeiterproduktivität	377
6.2	Engpässe identifizieren und beheben.	393
6.3	Alle Ressourcen mobilisieren	423
6.4	Prozesse optimieren	426
6.5	Effizientes Angebotsmanagement	436
7	Vertriebskanäle optimieren	445
7.1	Trends in der Vertriebspolitik	447
7.2	Überprüfung der vorhandenen Vertriebskanäle.	448
7.3	Einführung eines neuen Vertriebssystems.	455
7.4	Aufbau eines Mehrkanalsystems	465
7.5	Auswahl geeigneter Vertriebswege	480
7.6	Effektivitätssteigerung durch Vertriebskooperationen	518
8	Ausschöpfung aller Marktchancen	543
8.1	Größere Profite mit Stammkunden	545
8.2	Rendite steigern durch höhere Preise	572
8.3	Mehr verdienen mit Neukunden	599
8.4	Mehr Neukunden-Umsatz auf Messen	625
8.5	Profitable Marktnischen besetzen	639
8.6	Mit dem Service Geschäfte machen	642
8.7	Internationale Märkte erschließen.	651
9	Ertragssteigerung durch gezieltes Beschwerdemanagement.	663
9.1	Nutzen, Ziele und Aufgaben des Beschwerde- managements	665
9.2	Komponenten eines guten Beschwerdemanagements.	668
9.3	Einführungsstrategie in sechs Schritten.	680
10	Ertragsorientierte Vertriebssteuerung	687
10.1	Methoden der Kundenbewertung	689
10.2	Am Kundenwert orientierte Kundenbetreuung	701
10.3	Kennzahlen zur Kontrolle der Vertriebseffizienz	704
Literatur		727
Register		731
Autoreninformation		739