

# Inhalt

## **Einleitung: Warum du gerade kein neues Buch in Händen hältst ... ... und es doch ganz anders ist**

Vertrieb geht heute radikal und digital anders 10

Eigene Forschung: Studien 17

Was du von diesem Buch erwarten darfst 20

## **1. Vertrieb geht heute anders ...**

### **... weil die digitale Revolution auch den Vertrieb transformiert**

Klassische Unternehmen versus Start-ups? 24

Digital Economy gleich »Social Economy«? Schneller, globaler,  
erbarmungsloser 25

Digitale Transformation nach außen und innen 28

Die Plattform-Ökonomie: Der eigentliche Markt-Disruptor 31

Aggregatoren: Relevanz schaffen 33

Plattformen: Die Schnittstellen zum Kunden 36

Lösungsansätze für die digitale Transformation nach innen 41

Forderung an den Vertrieb: Mehrwert schaffen 43

Soziopolitische Megatrends verändern die lokalen Märkte 44

Human to Human: Der smarte Kunde will's persönlich 46

## **2. Vertrieb geht heute anders ...**

### **... auch, weil Algorithmen, KI, Bots und Robot(ic)s übernehmen**

Künstliche Intelligenz holt auf im Verkauf 52

Voice Commerce: Sag mir, was du haben willst 59

IoT, Blockchain und der ganze Rest 63

Die Währung »Daten«: Geschäftsmodelle im Vertrieb 66

B2B-Marktplätze im Internet: Was stellen wir Amazon Business entgegen?	67
Augmented Reality und Location Based Services	70
Soziale Netzwerke sind Heimat für Marken und Kunden	73
Online recherchieren – offline unter Druck setzen	80

### **3. Vertrieb geht heute anders ...**

#### **... weil die Customer Journey eine ganzheitliche Reise ist**

Die Customer Journey beginnt heute beim (guten) Ruf eines Unternehmens	88
Kunden beeinflussen das Verhalten von Unternehmen	92
Die richtigen Werte bringen: Wertschöpfung	95
Schnelle Abkehr von falschen Freunden	98
Losgröße 1: Wenn der Kunde zum Produktgestalter wird	100
Der neue Kunde: Ein Taktgeber	104
Vom Konsumenten zum Produzenten – und retour	111

### **4. Vertrieb geht heute anders ...**

#### **... weil Menschen trotz allem noch am liebsten mit Menschen verhandeln**

B2C, B2B? H2H! Am Anfang und am Ende steht ein Mensch	128
Je digitaler, desto Mensch	128
Was einen guten Vertriebsmitarbeiter ausmacht: Die Perspektive des Kunden	131
Persönlichkeitstypologien als unterstützendes Instrument nutzen	132
Menschen »lesen« und typgerecht beraten lernen	135
Sich selbst besser verstehen: Welcher Persönlichkeitstyp bist du?	137
Sprache: Zielorientierte Brücke zu Emotionen	144
Multisensorik: Mit allen Sinnen verkaufen	146
Wie der Mensch entscheidet: Emotion vor Ratio	150
Emotionen: Mehr Hirn als Herz und Bauch	150
Das Ende des Verkaufens heißt nicht das Ende des Kaufens: Kaufen lassen ist das neue Verkaufen	153

## **5. Vertrieb geht heute anders ...**

### **... weil Fans und Influencer das Geschäft »machen«**

Bezahltes Fantum: Influencer	158
Blogging: Content-Marketing von Fans	159
Kunden und Mitarbeiter zu Fans machen	160
Clean Leader machen Mitarbeiter zu Fans	163
Vertriebsintelligent planen und handeln	168
Vertrieb: Soft Skills plus viel Know-how	174

## **6. Vertrieb geht heute anders ...**

### **... weil du als Vertriebsführungskraft Digital Leadership vorleben musst**

Deine Aufgaben als Digital Leader	181
Führung geht heute anders	183
Vertriebsführung im digitalen Zeitalter: situations- und personenbezogen	185
Eigenes Führungscontrolling	191
Digital Leadership im Vertrieb	192
Social Intranet: Ein Tool der Digital Leadership	198

## **7. Vertrieb geht heute anders ...**

### **... weil VUCA gekommen ist, um zu bleiben: kurzer Ausblick**

Vertrieb und Verkauf sind immer und überall – und ständig mehr	208
Technologische Retro- und menschliche Werte-Bewegung	210
Keine Zukunft ohne Nutzwert	211
Gesichtserkennung plus KI: Die Entwickler warnen	213
Dank	219
Verzeichnis der verwendeten und weiterführenden Literatur	220
Der Autor	227
Stimmen zum Buch	228