
Inhaltsverzeichnis

1	Neues Denken und Handeln im Vertrieb der Zukunft	1
1.1	Treffen der Generationen in der digitalisierten Welt	1
1.2	Inhaltlicher Aufbau und roter Faden des Buchs	4
	Literatur	7
2	Trusted Customer Relations – Ein neues Mindset für moderne Kundenbeziehungen	9
2.1	Vom Lieferantendasein zur Partnerschaft auf Augenhöhe	9
2.2	Trusted Customer Relations – Kundenbeziehungen neu gedacht	14
	Literatur	16
3	Neue Rollen im Vertrieb der Zukunft – Auftritt: Trusted Associate	17
3.1	Kundenorientierung neu definiert – der Vertrieb als Reiseleitung des Kunden auf der Customer Journey	17
3.2	Von der Reiseleitung zum Trusted Advisor	20
3.3	Vom Trusted Advisor zum Trusted Associate	25
	Literatur	28
4	Neukundengewinnung und Kundenbindung im digitalen Zeitalter	29
4.1	Digitalisierung im Vertrieb – was bisher geschah	29
4.2	Hybrid Selling	31
4.2.1	Begriff und Potenziale für einen effizienteren Vertrieb	31
4.2.2	Hybrid Selling erfolgreich einsetzen	36
4.2.2.1	Erfolgreiche Umsetzung – Soft Facts	38
4.2.2.2	Erfolgreiche Umsetzung – Hard Facts	39
4.3	Soziale Business-Medien vertrieblich nutzen, ohne zu verkaufen	44
4.3.1	Eine Einordnung in das Vertriebsgeschehen	44
4.3.2	Der eigene Auftritt in den sozialen Business-Medien	45
4.3.3	Die sozialen Business-Medien als Kontakt- und Vertriebskanal	48

4.3.4	Wertschätzende und partnerschaftliche Kommunikation	56
Literatur	60
5	Kunden strukturiert analysieren und strategisch entwickeln	61
5.1	Der Kunde im Mittelpunkt – Fokus oder Fadenkreuz?	61
5.2	Roadmap zu einer strukturierten Kundenanalyse	65
5.2.1	Die Priorisierungsmatrix	67
5.2.2	Die Netzwerk-Matrix	78
5.2.3	Das GUARD-Modell	83
5.2.4	Zusammenspiel von Netzwerk-Matrix und GUARD-Modell	85
5.3	Ganzheitliches Kundenverständnis durch holistische Gesprächsführung	86
Literatur	90
6	Empfehlungsvertrieb – DAS unterschätzte Verkaufsinstrument für Trusted Associates	91
6.1	Der Trusted Associate in der Vertriebsrealität	91
6.2	Vorüberlegungen zum Empfehlungsvertrieb	92
6.2.1	Vorüberlegungen zur Psychologie	92
6.2.2	Vorüberlegungen zur Methodik	93
6.3	Empfehlungsvertrieb in Trusted Customer Relations	94
6.3.1	Integration in Kunden- und Vertriebsgespräche	94
6.3.2	In fünf Schritten zur werthaltigen Empfehlung	96
Literatur	99
7	Ausschreibungen gewinnen – mit System zum Verkaufserfolg	101
7.1	Einordnung in das Trusted-Associate-Konzept	101
7.2	Ausschreibungen – ein Meer an Möglichkeiten	102
7.2.1	Wie man dauerhaft vor die Welle kommt	102
7.2.2	Wie man einen Tsunami verhindert und in sieben Schritten lernt, die Welle zu reiten	104
7.3	Der Blick zurück vom Ufer	118
8	Preisverhandlungen neu denken – vom Preis- zum Nutzengespräch	119
8.1	Preisgespräche – Sollbruchstelle in Trusted Customer Relations?	119
8.2	Preisgespräche professionell vorbereiten und erfolgreich führen	120
8.2.1	Preisgespräche professionell vorbereiten	120
8.2.1.1	Das richtige Mindset für erfolgreiche Verhandlungen	121
8.2.1.2	Die richtigen Verhandlungsziele	122
8.2.2	Preisgespräche erfolgreich führen	124
8.2.2.1	Das Ende von Win-win in Verhandlungen	124
8.2.2.2	Versteckte Rabatte erkennen und vermeiden	125

Inhaltsverzeichnis	XI
8.2.2.3 Preise stabilisieren	127
8.2.2.4 Preise erhöhen	129
8.3 Nutzenargumentation – der Gamechanger in Preisgesprächen	137
Literatur	140
9 Rückblick, Augenblick und Ausblick	141
Erratum zu: Kunden strukturiert analysieren und strategisch entwickeln	E1