

Inhalt

| | |
|--|----|
| Vorwort zur 4. Auflage | 5 |
| 1. Die neuen Anforderungen | 11 |
| Was wird von Ihnen erwartet? | 11 |
| Die Vorbereitung auf das Bewerbungsgespräch | 13 |
| Kriterien für die Auswahl des richtigen Unternehmens | 16 |
| 2. Der Start im neuen Unternehmen | 19 |
| Akzeptanz | 20 |
| Zahlen und Informationen | 21 |
| Die Zusammenarbeit mit Sekretär(in) oder Assistent(in) | 22 |
| Arbeiten mit E-Mails – Umgang mit der Mail-Flut | 25 |
| Reiseplanung | 27 |
| Telefondienst | 27 |
| Besprechungen und interne Kommunikation | 28 |
| Checkliste: Besprechung | 31 |
| Situationsanalyse | 32 |
| 3. Die Aufgaben eines Verkaufsleiters | 35 |
| Kundennähe und Planung | 36 |
| Checkliste: Daten und Kennzahlen im Überblick | 43 |
| Berichtswesen an die Geschäftsleitung | 45 |
| Angebotserstellung | 46 |
| Ausbildung der Mitarbeiter | 48 |

| | |
|--|-----------|
| 4. Führen einer Vertriebsorganisation | 53 |
| Die 21 wichtigsten Führungsleitsätze | 54 |
| Der Managementzyklus | 56 |
| 5. Verkäufer einstellen, beurteilen, abmahnen und entlassen | 59 |
| Verkäufersuche und -einstellung | 59 |
| Mitarbeiterbeurteilung | 61 |
| Abmahnung und Entlassung | 63 |
| 6. Motivation im Unternehmen | 67 |
| Den Teambegriff lebendig machen | 70 |
| Checkliste: Mitarbeitermotivation | 73 |
| Wie sieht Motivation in der Praxis aus? | 76 |
| 7. Woher die Zeit nehmen? | 81 |
| Wie man die Zeit einteilt | 83 |
| Zeit sparende Arbeitsmethoden | 85 |
| Die Folgen falscher Zeitplanung | 88 |
| 8. Planungsinstrumente: Businessplan und Forecast | 91 |
| Erstellung des Businessplans | 91 |
| Forecast | 93 |
| 9. Vertrieb & Neue Kommunikationsmedien | 99 |
| Internet | 99 |
| Zeitersparnis durch den Einsatz von Office-Software | 100 |
| Datawarehouse | 103 |
| CRM | 106 |

| | |
|---|------------|
| 10. Marketing- und Verkaufsaktionen | 111 |
| Der Marketingplan | 111 |
| Der Marketingmix | 114 |
| | |
| 11. Neukunden gewinnen und Bestandskunden aktivieren | 117 |
| Werbebriefe | 118 |
| E-Mails | 121 |
| Empfehlungsmarketing | 123 |
| Kaltakquise | 126 |
| Hausmessen | 127 |
| Call Center | 128 |
| Telefonakquise | 129 |
| | |
| 12. Messe als Verkaufsförderung | 131 |
| Auswahl und Training des Messepersonals | 132 |
| Was ist ein Messeziel? | 135 |
| Kostenbetrachtung | 135 |
| Messeeinladungen | 136 |
| Pressearbeit auf der Messe | 137 |
| Messenachbearbeitung | 138 |
| Checkliste: Messe | 140 |
| | |
| 13. Pressearbeit | 147 |
| 13 Tipps für die erfolgreiche Pressearbeit | 148 |
| Checkliste: Gestaltung einer Pressemitteilung | 150 |
| | |
| Bevor Sie Ihre neue Stellung antreten ... | 153 |
| Checkliste: Aufgaben und Tätigkeiten in den ersten Wochen | 153 |

| | | |
|-----------------------------|-------|-----|
| Murphys neue Gesetze | <hr/> | 157 |
| Literaturverzeichnis | <hr/> | 159 |
| Der Autor | <hr/> | 161 |