

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort von Swiss Marketing (SMC)	5
Vorwort zur 4. Auflage	6
<b>1 Einleitung</b>	<b>8</b>
1.1 Der Konzeptraster	8
1.2 Der Aufbau eines Verkaufsplanungskonzepts	9
1.3 Was versteht man unter Verkauf und Marketing?	11
1.4 Die Entwicklungsstufen des Verkaufs	11
1.5 Die Eingliederung des Verkaufs in das Marketing	13
1.6 Spannungsfeld im Verkauf	14
1.7 Was versteht man unter dem Begriff Markt?	14
1.8 Die Marktteilnehmer	15
1.9 Entwicklung vom Relationship-Marketing zum Customer Relationship Management	16
Zusammenfassung	22
Repetitionsfragen	23
<b>2 Ausgangslage / Situationsanalyse</b>	<b>24</b>
2.1 Die Analyse der Ausgangslage	24
2.2 SWOT: das Instrument zur Analyse	26
2.3 Kundenertragsanalyse	30
Zusammenfassung	32
Repetitionsfragen	33
<b>3 Verkaufsziele</b>	<b>34</b>
3.1 Erarbeitung von Zielgrößen im Verkauf	34
3.2 Arten von Verkaufszielen	35
3.3 Die Operationalisierung von Verkaufszielen	37
Zusammenfassung	39
Repetitionsfragen	40
<b>4 Verkaufsstrategien – Strategisches Geschäftsfeld</b>	<b>41</b>
4.1 Einführung	41
4.2 Produktselektion – WAS	41
4.3 Kundenselektion – WEM	43
4.4 Key-Account-Management	48
4.5 Feldgrösse	51
4.6 Hilfsmittel zur Entscheidungsfindung	52
Zusammenfassung	55
Repetitionsfragen	56
<b>5 Gestaltung der Verkaufskontakte</b>	<b>57</b>
5.1 Kontaktqualität	57
5.2 Kontaktquantität	63
5.3 Kontaktperiodizität	64
5.4 Berechnung der Anzahl der Mitarbeitenden im Verkauf	64
Zusammenfassung	67
Repetitionsfragen	68
<b>6 Primäre Verkaufsplanung</b>	<b>69</b>
6.1 Umsatz, Absatz- und DB-Planung	70
6.2 Einsatzplanung	70
Zusammenfassung	77
Repetitionsfragen	78
<b>7 Sekundäre Verkaufsplanung I</b>	<b>79</b>
7.1 Einführung in die Verkaufsorganisationsplanung	79
7.2 Ziele der Verkaufsorganisation	80
7.3 Gliederung der Verkaufsorganisation	80
7.4 Organisationsformen	83
7.5 Hilfsmittel der Organisation	86
7.6 Die Ablauforganisation	93
7.7 Die Reorganisation von Unternehmen oder Bereichen	94
Zusammenfassung	95
Repetitionsfragen	96

<b>8</b>	<b>Sekundäre Verkaufsplanung II</b>	<b>97</b>
8.1	Die Auswahl von Verkaufsmitarbeitenden	97
8.2	Wie können Mitarbeitende im Verkauf motiviert werden?	99
8.3	Die Ausbildung der Mitarbeitenden im Verkauf	102
8.4	Die Planung der Verkaufshilfsmittel	105
8.5	Berufe im Verkauf	106
	Zusammenfassung	108
	Repetitionsfragen	109
<b>9</b>	<b>Verkaufskosten- und Budgetplanung</b>	<b>110</b>
9.1	Einführung	110
9.2	Verkaufskostenplanung	111
9.3	Verkaufskostenbudget	115
	Zusammenfassung	117
	Repetitionsfragen	118
<b>10</b>	<b>Kontrollplanung</b>	<b>119</b>
10.1	Einführung	119
10.2	Verkaufskontrolle	121
	Zusammenfassung	124
	Repetitionsfragen	124
<b>Anhang</b>		<b>125</b>
	Antworten zu den Repetitionsfragen	126
	Literaturverzeichnis	135
	Glossar	136
	Stichwortverzeichnis	141