

Inhaltsverzeichnis

1	Mythos 1: Vertriebsmitarbeiter sehen gut aus, sind hartnäckig und machen alles für Geld	1
1.1	Auswahlkriterien: Nicht der Anzug entscheidet	3
1.2	Persönlichkeit: Viele Wege führen zum Erfolg	4
1.3	Expertise: So viel wie nötig, aber so wenig wie möglich	5
1.4	Geld: Wichtig, aber nur gezielt	8
2	Mythos 2: Vertriebler laufen von alleine	11
2.1	Ziele: Ohne geht gar nichts	13
2.2	Strategie: Macht Sinn	19
2.3	Organisation: Ist individuell	21
2.4	Aufgaben: Sind notwendig	24
2.5	Steuerung und Reports: Regelmäßig und standardisiert	28
2.6	Maßnahmen: Eingreifen, aber nicht draufhauen	32

3	Mythos 3: Kunden entscheiden rein rational	39
3.1	Zielgruppe: Präzision hilft	42
3.2	Bedarf: Was der Kunde wissen könnte	45
3.3	Bedürfnis: Was der Kunde nicht weiß	51
3.4	Marktanalysen: Sind gar nicht aufwendig	55
3.5	Botschaft: Wiederholen, wiederholen, wiederholen	58
3.6	Kundengespräche: Kann doch jeder	62
3.6.1	Vorbereitung: Wird gern vergessen	63
3.6.2	Begrüßung: Gar nicht so einfach	64
3.6.3	Bedarfsanalyse: Die Königsdisziplin	64
3.6.4	Angebot: Vorsicht!	66
3.6.5	Cross Selling: Ist kein hausieren	71
3.6.6	Abschluss: Davor liegt das schwarze Loch	74
	Literatur	77
4	Mythos 4: Das ideale Produkt ist ein iPhone	79
4.1	Produktmerkmale: Nice to have	81
4.2	Produktnutzen: Ist besser	86
4.3	Produktpreis: Der Preis ist nicht heiß	89
4.4	Neue Produkte: Gut für alte Kunden	93
	Literatur	96
5	Mythos 5: Marketing kostet viel Geld	97
5.1	Marketing: „Magd“ des Vertriebs	99
5.2	Marketingplanung: Ausschlaggebend	101
5.3	Marketingmittel: Keine Allzweckwaffe	105
	Literatur	112
	Nachwort	113