

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Literatur	5
2	Wie die Umsetzungsfalle Vertriebsleistung zunichtemacht	7
2.1	Die Entstehung der Umsetzungsfalle	9
2.2	Die neun Kardinalfehler	11
	Literatur	12
3	Kardinalfehler 1: Fehlende Führung	15
3.1	Wenn Anführer und Schlachtplan nicht erkennbar sind – die Story	15
3.2	Problem & Auswirkung fehlender Führung	16
3.3	Handlungsempfehlungen bei fehlender Führung	23
3.3.1	Die Vertriebschef-Checkliste	23
3.3.2	Das Selbstreflexions-Selbstaktivierungs-Modell	27
3.3.3	Umsetzungspower von „Vertriebsleistungsteams“ (V-Teams)	39
3.3.4	Loyalität und Tatendrang im Vertrieb mit dem Pygmalion-Effekt steigern	42
3.3.5	Vertrauen ist gut, Kontrolle ist schlechter	46
3.4	Nutzen für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden	52
	Literatur	53

4 Kardinalfehler 2: Unklare Vertriebsstrategie	57
4.1 Fragezeichen statt Strategie – die Story	57
4.2 Problem & Auswirkung unklarer Vertriebsstrategie	58
4.3 Handlungsempfehlungen bei unklarer Vertriebsstrategie	58
4.3.1 Führungskräfte back to the roots	61
4.3.2 Involvieren Sie das „Red Team“	61
4.3.3 Das Leitbild-Viadukt: Unternehmensziele mit den Wünschen der Mitarbeiter verbinden	63
4.3.4 Das Kisp-Prinzip	73
4.3.5 Praktische Einfachheit schlägt theoretische Synergieeffekte	76
4.3.6 Fokus und Verantwortung: Wie aus grauer Theorie spannende Realität wird	78
4.3.7 Dinge einfach erledigen	80
4.3.8 Mentale Negativaktivierung	84
4.4 Nutzen für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden	87
Literatur	89
5 Kardinalfehler 3: Zu langsame Entscheidungen	91
5.1 Die Mär von der „flachen Hierarchie und schnellen Entscheidungswegen“ – die Story	91
5.2 Problem & Auswirkung	92
5.3 Handlungsempfehlungen und produktive Ansätze für die Entscheidungsfindung	96
5.3.1 Lösen Sie das richtige Problem?	96
5.3.2 Exkurs: Die Welt der Angebote im B2B-Vertrieb	100
5.3.3 Informationen sammeln – oder auch nicht?	101
5.3.4 Lösungen finden und bewerten	102
5.3.5 Bitten Sie die richtigen Menschen um Rat?	103
5.3.6 Emotionen bewusstmachen!	104
5.4 Nutzen für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden	106
Literatur	108
6 Kardinalfehler 4: Falsche Personalentscheidungen	109
6.1 „Wir wollen doch jetzt keine Unruhe in der Mannschaft“ – die Story	109
6.2 Problem & Auswirkung	110
6.3 Handlungsempfehlung „Eat the frog“ und die Umsetzungsflaschenhälse	111

6.3.1	Unnütze Stellenbeschreibungen und Aufgabenverzettelung im Außendienst	115
6.3.2	Er schafft es nicht: Überforderung	118
6.3.3	Er langweilt sich: Unterforderung	121
6.3.4	Er darf es nicht: Befugnismangel	123
6.3.5	Er kann es nicht: Kompetenzmangel – fehlendes Wissen	126
6.3.6	Er will es nicht: Die Haltung zum Job	131
6.4	Nutzen für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden	133
	Literatur	134
7	Kardinalfehler 5: Mangelnde oder falsche Kommunikation	135
7.1	Wenn Mitarbeiter aus dem Anzug steigen – die Story	135
7.2	Problem & Auswirkung	136
7.3	Handlungsempfehlung: Die (Vertriebs-)Ansprache – mehr Umsatz erlösen bedingt etwas im Team auszulösen	137
7.3.1	Der Name & die Einladung	141
7.3.2	Der Rahmen & die Präsentation	142
7.3.3	Die digitale Alternative	149
7.4	Neben- und Nachwirkung erwünscht: Die interne Kommunikation nach der Ansprache	150
7.5	Nutzen für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden	157
	Literatur	158
8	Kardinalfehler 6: Missachtung der unternehmensinternen Politik	161
8.1	Neue Tablets für den Außendienst – die Story	161
8.2	Problem & Auswirkung	162
8.3	Handlungsempfehlung	162
8.4	Nutzen für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden	166
	Literatur	167
9	Kardinalfehler 7: Interne Konkurrenz	169
9.1	Der Kollege, dein Freund und Helfer – die Story	169
9.2	Problem & Auswirkung	170
9.3	Handlungsempfehlung	171
9.4	Nutzen für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden	175
	Literatur	176

10	Kardinalfehler 8: Zögerliche Umsetzung der Digitalisierung	177
10.1	Der 24-Nadeldrucker – die Story	177
10.2	Problem & Auswirkung	178
10.3	Handlungsempfehlung	180
10.4	Nutzen für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden	181
	Literatur	182
11	Kardinalfehler 9: Falsche Trainings- und Weiterbildungsmaßnahmen	183
11.1	Kobers „private coaching“ – die Story	183
11.2	Problem & Auswirkung	184
11.3	Handlungsempfehlung	185
11.4	Nutzen für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden	190
	Literatur	191