

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 9

1. TQS – Akquisitionsmanagement 17

Direkte und indirekte Akquisition 17

Medienmarketing 19

Telefonmarketing 30

Relationship-Marketing – Empfehlungsmarketing
auf hohem Niveau 54

Erstgespräche bei potenziellen Neukunden 59

2. TQS – Anfragemanagement 63

Der richtige Ansatz 63

Vorangebotsgespräche 66

Vertriebliche Fragen 69

Checkliste Vorangebotsgespräch 74

Prioritätenbestimmung 77

Kritische Situationen im Vorangebotsgespräch 81

3. TQS – Angebotsgestaltung 91

Die häufigsten Gestaltungsfehler 91

Grundregeln der Angebotsgestaltung 94

Alternativangebote entwickeln 104

4. TQS – Angebotsverfolgungsmanagement	108
Sinn und Notwendigkeit der Angebotsverfolgung	108
Optimale Vorbereitung auf die Angebotsverfolgung	112
Richtiges Nachfassen	114
Wenn der Kunde den Verkäufer vertröstet oder Einwände vorbringt	116
Der TQS-SalesCoach	139
Eigenorganisation in der Angebotsverfolgung	141
5. TQS – Preisverhandlungsstrategie	144
Warum der Kunde einen Nachlass will	145
Richtig auf Preiseinwände reagieren	147
Kombinationsmöglichkeiten in Preisverhandlungen	194
6. Die TQS-Vertriebsprozess-Optimierung in der Praxis	204
Die TQS-Vertriebsanalyse	205
TQS-Vertriebsseminare	207
TQS-Praxistage	211
<i>TQS-SalesTools</i> und TQS-Prozessbeschreibung	211
Der TQS-Vertriebskompetenz-Test	212
TQS und leistungsorientierte Vergütung im Vertrieb	214
7. Die TQS-Trainerakademie	216
8. Die Software TQS-Coup	218

9. TQS in der Praxis – Erfolgsbeispiele von Unternehmen 221

EWM Hightec Welding GmbH:

Dank TQS Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich 221

Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH:

»Wir mussten das aktive Verkaufen lernen« 227

Expo Display Service GmbH:

TQS als Nonplusultra im Vertrieb 232

ART-Gruppe / ART Antriebs- und Regeltechnik GmbH:

TQS für ein ganz besonderes Vertriebskonzept 237

Schaa GmbH: »Ohne TQS wäre der Blindflug weitergegangen« 244

MVC Mobile VideoCommunication GmbH:

Eine völlig neue Situation des Verkaufens 250

Tirolia Spedition GmbH: »In jeder Phase des Vertriebsprozesses wollen wir uns vom Wettbewerb abheben« 256

dhp:i – Dr. Hesse und Partner Ingenieure: Aktiver und systematischer Vertrieb als Wettbewerbsvorteil 261

ABB Automation GmbH: »Ziel ist, dass sich der Kunde in unserem Angebot wiederfindet« 267

Stricker GmbH & Co. KG: Mit TQS schneller als der Wettbewerb wachsen 273

Nachwort 279

Über die Autoren 282

Die TQS-SalesTools auf der CD-ROM 284

Stichwortverzeichnis 286