

# Inhaltsverzeichnis

## Grundlagen

<b>Digitalisierung im Vertrieb – Definitionen, Nutzen und Herausforderungen . . . . .</b>	<b>3</b>
Rainer Elste	
<b>Rechtliche Herausforderungen der Digitalisierung für den Vertrieb . . . . .</b>	<b>33</b>
Jan Feuerhake	
<b>Vertriebsstrategie im Wandel – Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung . . . . .</b>	<b>49</b>
Antje Niehaus und Katrin Emrich	
<b>Kunden- und prozesszentrierte Digitalisierung in Marketing und Vertrieb . . . . .</b>	<b>67</b>
Arno Müller, Melina Müller, Hinrich Schröder und Lars von Thienen	
<b>Digital Sales Leadership . . . . .</b>	<b>93</b>
Lars Binckebanck	
<b>Transformationale Führung als Herausforderung für das Sales Enablement in der digitalen Transformation-Ein Ansatz zur Reduktion von Technostress . . . . .</b>	<b>149</b>
Jörg Westphal, Merle Schmid und Frank M. Weber	
<b>Die Marke im E-Commerce: Den Wandel zum digitalen Direktvertrieb erfolgreich gestalten . . . . .</b>	<b>185</b>
Franz-Rudolf Esch und Thomas Alt	
<b>Omni-Channel Logistics: Optimierungen in Distribution und Fulfillment zur Realisierung digitalisierter Vertriebsprozesse für stationäre Handelsunternehmen . . . . .</b>	<b>213</b>
Bengin Pacaci und Frank Fürstenberg	
<b>Digitale Vertriebsmodelle . . . . .</b>	<b>255</b>
Melanie Bowen und Alexander Haas	

<b>Digitalisierungsindex Marketing &amp; Vertrieb – Ein Ansatz zur Messung des Digitalisierungsgrades . . . . .</b>	277
Rainer Elste	
<b>Neue Technologien im Vertrieb – Effizienzgewinn oder zusätzliche Stresspotenzial? . . . . .</b>	313
Thomas Trilling	
<b>Wie man eine Digitalisierungsstrategie und -Roadmap für den Vertrieb entwickelt: Best Practices aus dem B-to-B-Bereich . . . . .</b>	333
Christian Oswald	
<b>Vertriebliche Potenziale ausgewählter Technologien</b>	
<b>Neue Medien im Vertrieb – State of the Art und Potenziale . . . . .</b>	355
Melanie Bowen und Alexander Haas	
<b>Social Media auf B-to-B-Märkten: Einsatzpotenziale in Marketing und Vertrieb . . . . .</b>	377
Björn S. Ivens, Philipp A. Rauschnabel, Alexander Leischnig und Sebastian Schubert	
<b>Digitalisierung im Preismanagement . . . . .</b>	403
Kajetan Zwirglmaier	
<b>Augmented Reality im Vertrieb . . . . .</b>	427
Anett Mehler-Bicher und Lothar Steiger	
<b>Digitale Sprachassistenten als Vertriebsinstrument im B-to-C-Commerce . . . . .</b>	447
Katja Wagner, Anne Fota und Hanna Schramm-Klein	
<b>Sprachassistenten im Vertrieb . . . . .</b>	475
Thomas Hörner	
<b>Chatbots im Vertrieb und E-Commerce . . . . .</b>	503
Nicolas Pröllochs	
<b>Wie kann SalesTech in Marketing und Vertrieb helfen? . . . . .</b>	521
Manuel Marini und Bernd Skiera	
<b>Dienstleistungsroboter im Handel – Einsatzmöglichkeiten und verantwortungsbewusster Einsatz . . . . .</b>	533
Ruth Stock-Homburg, Merlind Knof, Jérôme Kirchhoff, Judith S. Heinisch, Andreas Ebert, Philip Busch, Klaus David, Janine Wendt, Indra Spiecker gen. Döhmann, Oskar von Stryk und Martin Hannig	
<b>Digitalisierung von Messen . . . . .</b>	569
Cornelia Zanger	

<b>Innovative Geschäftsmodelle durch additive Fertigung und ihre Potenziale für den Vertrieb .....</b>	583
Christian Bay und Matthias Baum	
<b>Wie künstliche Intelligenz an der Kundenschnittstelle gewinnbringend eingesetzt werden kann .....</b>	605
Markus Deutsch und Tobias Pingel	
<b>Systematischer Einsatz neuer Technologien im Vertrieb</b>	
<b>Digital Sales Excellence .....</b>	625
Lars Binckebanck	
<b>Inside Sales: Verankerungsmöglichkeiten in der Vertriebsorganisation und Konsequenzen für Vertriebsmitarbeiter .....</b>	683
Victoria Kramer, Tim Kalwey und Manfred Krafft	
<b>Omni-Channel-Strategien durch Customer-Touchpoint-Management erfolgreich realisieren .....</b>	707
Franz-Rudolf Esch, Thomas Alt und Christian Knörle	
<b>Intelligentes und kundendatenbasiertes One-to-One-Marketing im Einzelhandel .....</b>	725
Gerrit Heinemann	
<b>Digitalisierung und Ausschreibungsprojekte .....</b>	737
Jürgen Meer und Stephan Rechten	
<b>Digitale Beschaffung als Herausforderung für den Vertrieb – Ansatzpunkte aus der Vertragsperspektive zum „Smart Contracting“ .....</b>	763
Andreas H. Glas, Kübra Ates, Simon Christian Becker und Michael Eßig	
<b>Schätzung von Kaufpotenzialen zur Integration im CRM von Business-to-Business Unternehmen .....</b>	791
Britta Schäfer und Christian Schmitz	
<b>Digitalisierung im Key-Account-Management .....</b>	817
Dirk Zupancic, Markus Müllner und Christian Belz	
<b>Virtuelle Verhandlungen .....</b>	827
Alexander Haas	
<b>Das Vertriebstraining wird hybrid .....</b>	855
Sebastian Berg und Andreas Buhr	
<b>Digitaler Vertrieb im Agribusiness .....</b>	883
Dorothee Schulze Schwering, Achim Spiller und Winnie Sonntag	

<b>Case Study: Launch of Washable, Absorbent Underwear on a Direct-to-Consumer (DTC) Platform .....</b>	<b>905</b>
Volker Zöller	
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>927</b>