

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Prof. Dr. Dr. h.c. Hermann Simon 9

Auf ein Wort mit dem Autor 13

Einführung: Vertrieb geht heute anders ...

... weil der Kunde von gestern verschwindet. Sind Sie dem Kunden 3.0 gewachsen? 15

1. Vertrieb geht heute anders ...

... weil Kunden sich nicht kaufen lassen:

Selbstverwirklichung statt Schnäppchenjagd 23

Das Internet fördert eine kritische Haltung 24

Der Kunde 3.0 – das unbekannte Wesen? 28

Der neue Vertrieb: Hommage an den Kunden 3.0 42

Schnelle Abkehr von falschen Freunden 47

2. Vertrieb geht heute anders ...

... weil der smarte Kunde 3.0 smarte Produktideen will, die er nach seinen Vorstellungen konfiguriert, um sich Wünsche zu erfüllen 51

Customer Energy für Produkt(weiter)entwicklung 56

Vom Konsumenten zum Produzenten – und retour 64

Werden Sie zur First Choice 67

Unterschätztes Know-how: der Vertrieb 72

3. Vertrieb geht heute anders ...

... weil Vertrieb immer und überall stattfindet:

In der Welt 3.0 gibt es keine vertriebsfreie Zone mehr –

Vertrieb 24/7 81

Chance für den Vertrieb: Check-in-Dienste für Marktforschung und Kundenbindung nutzen 84

Smartphone sei Dank: Neue Vertriebschancen mit Augmented Reality 88

Apps: Kleine Programme für größeren Konsum 95

Vertrieb in Social Networks 98

Dialog 3.0: Herausforderung für Unternehmen und Vertrieb 107

Vertriebsintelligenz: Der Mix macht es! 112

4. Vertrieb geht heute anders ...

... weil Kunden eben nicht nur von Siegern kaufen:

Kunden kaufen von Sympathen mit Kompetenz 116

Respekt – Grundlage des Vertriebs 117

Was einen guten Vertriebsmitarbeiter ausmacht – die Perspektive des Kunden 120

Persönlichkeitstypologien als unterstützendes Instrument nutzen 123

Wissen konkret anwenden 130

Alle Sinne ansprechen 135

Kein Widerspruch: Kundenorientierung und abschlussorientiertes Verhalten 146

5. Vertrieb geht heute anders ...

... weil Vertrieb viel schneller auf Megatrends reagieren muss:

der neue RoI – Risk of Ignoring 152

Megatrends – Blick in die Zukunft 153

Neue Zielgruppen für Unternehmen 159

Megatrends für Produkte und Vertrieb 164

Der neue RoI: Wer Trends ignoriert, verliert! 176

6. Vertrieb geht heute anders ...	
... weil nur Überzeugungstäter andere überzeugen:	
Kunden werden Botschafter und machen Unternehmen	
zu Umsatzmaschinen – wenn es sich für sie lohnt	184
Kunden und Mitarbeiter zu Fans machen	186
Vertriebsintelligent planen und handeln	196
Unzufriedenheit als Chance zur Begeisterung nutzen	208
7. Vertrieb geht heute anders ...	
... und morgen?	218
Mögliche Trends mit »Vertriebsauswirkung«	221
Keine Zukunft ohne Nutzwert	225
Die Zukunft: Casual Web	227
Vertrieb 4.0: Retro-Kultur des persönlichen Gesprächs	231
Keynote an die Leser – von Brian Tracy	239
Verzeichnis der verwendeten und weiterführenden Literatur	243