

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Chefsache Vertrieb</b>	9
<b>2</b>	<b>Vorwort Dr. Eric Schweitzer</b>	13
<b>3</b>	<b>Grußwort Stefan Siebert</b>	17
<b>4</b>	<b>Einleitung</b>	21
<b>5</b>	<b>Prolog</b>	23
	An wen richtet sich dieses Buch?	25
	Solltest Du das Vorgängerbuch „Verkaufen mit Herz“ gelesen haben?	30
<b>6</b>	<b>Warum Vertrieb Chefsache ist</b>	33
	Der Vertrieb erlaubt wertvolle Einblicke in den Markt	36
	Der Geschäftsführer als erster Verkäufer seines Unternehmens	38
	Die Emotionalität des Vertriebs	45
	Der Vertrieb entscheidet über den Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens	48
	Doch letzten Endes entscheidet der Kunde	51
	Die Rolle des CEOs, wenn eine Marke unter Druck gerät	53
	Die Rolle des CEOs, um Kunden für neue Produkte zu begeistern	55

<b>7</b>	<b>Der Vertrieb ist das Herzstück Deines Unternehmens .....</b>	<b>61</b>
	<b>Warum Du Vertrieb in den Mittelpunkt stellen musst</b>	<b>63</b>
	<b>Lerne Deinen Kunden kennen</b>	<b>64</b>
	<b>Wenn Dein Unternehmen ein menschlicher Organismus wäre</b>	<b>66</b>
	<b>Vertriebsorientierung und die Beteiligung des CEOs als Schlüssel zum Unternehmenserfolg</b>	<b>68</b>
	<b>Warum Du den Vertrieb nicht aus der Hand geben solltest</b>	<b>70</b>
	<b>Warum erfolgreiche CEOs auch interne Verkäufer sein müssen</b>	<b>72</b>
<b>8</b>	<b>Warum 9 von 10 Start-Ups scheitern . . .</b>	<b>77</b>
	<b>Fremdkapital verschiebt die Dringlichkeit von Vertrieb in die Zukunft</b>	<b>78</b>
	<b>Vertrieb muss organisch wachsen</b>	<b>80</b>
<b>9</b>	<b>New Work im Vertrieb? .....</b>	<b>85</b>
	<b>New-Work-Methoden sind keine Universalwerkzeuge</b>	<b>87</b>
	<b>Elemente von New Work im Vertrieb erfolgreich nutzen</b>	<b>90</b>
	<b>Wertschätzung des Verkäufers durch die Geschäftsführung</b>	<b>94</b>
<b>10</b>	<b>Unterschätzt, aber entscheidend: Kundenloyalität .....</b>	<b>101</b>
	<b>Die Rolle der Geschäftsführung in der Loyalitätsförderung</b>	<b>103</b>
	<b>Was Kundenloyalität zerstört</b>	<b>104</b>
	<b>Was Kundenloyalität aufbaut</b>	<b>108</b>
<b>11</b>	<b>Warum Du ein System brauchst .....</b>	<b>115</b>
	<b>Die perfekte Struktur für Deinen Vertrieb</b>	<b>118</b>

Kundenerfahrung optimieren: Warum klare Regeln und persönliches Engagement wichtig sind	122
Die Regel-Bibel für den Vertrieb	124
Vertriebsqualität entwickeln	127
Wie viel Vertriebsqualität benötigst Du und wofür dient sie eigentlich?	129
Die Magie der Checklisten	131
Die Vorteile von Checklisten für Deinen Vertrieb	132
<b>12 Personalentwicklung im Vertrieb .....</b>	<b>139</b>
Wie die verschiedenen Generationen ticken	141
Welche Erwartungen haben die unterschiedlichen Generationen als Arbeitnehmer?	143
Die heutige Generation von Verkäufern	145
Besondere Risiken für die neue Generation der Verkäufer	147
Die neue Generation von Verkäufern anleiten und fördern	150
Wie entwickelst Du Deine Mitarbeiter?	152
Schaffe eine aktive Feedback-Kultur	154
Fordere Deine Verkäufer heraus	157
Fördere die richtigen Mitarbeiter	159
Personalentwicklung fängt bei der Einstellung an	161
Die Bedeutung von klaren Zielen in der Personalentwicklung	164
<b>13 Die Wertebasis eines guten Verkäufers</b>	<b>169</b>
Wie Du eine gute Wertebasis für Deine Verkäufer aufbaust	171
<b>14 Das Mindset eines guten Verkäufers ...</b>	<b>177</b>
<b>15 Fleiß schlägt Talent .....</b>	<b>183</b>
Die Logik steigender Abschlussquoten	185

Warum es manchmal nur darum geht, anzufangen	189
<b>16 Disziplin ist die Basis des Vertriebserfolgs . . . . .</b>	<b>195</b>
Disziplin musst Du als Führungskraft vorleben	199
<b>17 Ein gutes Netzwerk ist unerlässlich . . . . .</b>	<b>205</b>
Netzwerken geschieht vor allem nach Feierabend	207
Wie Du Dein Netzwerk aufbaust und pflegst	209
Netzwerken bedeutet Wertschätzung	211
Netzwerk-Kompetenz durch Reichweite	213
<b>18 Die Themen richtig ansprechen . . . . .</b>	<b>219</b>
Ehrlichkeit ist die Grundlage guter Beziehungen	222
Ehrlichkeit heißt auch, jemandem wenn nötig zu kündigen	224
<b>19 Veränderung braucht Mut . . . . .</b>	<b>229</b>
Das Risiko zu scheitern akzeptieren	232
Der Mut, Kunden abzulehnen	234
<b>20 Fazit: So optimierst Du Deinen Vertrieb richtig . . . . .</b>	<b>239</b>
Erfolgsstories aus meiner Praxis als Berater:	
Wie Unternehmensberatung Dich bei Optimierungsprozessen unterstützen kann	244
<b>21 Danksagung . . . . .</b>	<b>253</b>
<b>22 Über den Autor . . . . .</b>	<b>257</b>
<b>23 Quellen und Verweise . . . . .</b>	<b>263</b>