

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Die Herausgeber	XV
Die Autoren	XVII
Teil 1: Grundlagen	1
Internationaler Industrievertrieb	3
<i>Christian Belz, Michael Reinhold</i>	
Internationaler Vertrieb: Stand der Forschung	223
<i>Lars Binckebanck, Ann-Kristin Hölter</i>	
Teil 2: Umfeldfaktoren	241
Internationales Konsumentenverhalten	243
<i>Ralf Terlutter, Fanny Dobrenova</i>	
Globalisierung und Beschaffung	263
<i>Ulli Arnold</i>	
Corporate Governance im internationalen Vertrieb	281
<i>Sergey Frank, Michael Mayer</i>	
Consulting Fokus (Capgemini Consulting): Umfeldfaktoren – Strategische Konsequenzen für den internationalen Vertrieb	297
<i>Antje Niehaus, Katrin Emrich</i>	
Teil 3: Länder & Segmente	309
Erfolgs-Know-how für internationale Geschäfte in Russland und den USA	311
<i>Sergey Frank</i>	
Erfolgsfaktor Marktbearbeitung – Das Beispiel Viessmann in China	329
<i>Andreas Tank</i>	
Internationale Marktsegmentierung	345
<i>Johan Kuntkes</i>	

Consulting Fokus (Roland Berger): Differenzierter Vertrieb vor globalem Hintergrund.....	367
<i>Björn Bloching, Lars Luck</i>	
Teil 4: Strategie im internationalen Vertrieb	375
Strategische Optionen des internationalen Vertriebs.....	377
<i>Hanna Schramm-Klein</i>	
Elemente und Management internationaler Vertriebsphilosophien	393
<i>Lars Binckebanck, Ann-Kristin Hölter</i>	
Consulting Fokus (Simon-Kucher & Partners): Wachstum und Ertragssteigerung durch Internationalisierung	411
<i>Harald L. Schedl, Alexander Thöle, Malgorzata Zegar</i>	
Best Practice: Maßgeschneiderte Marktbearbeitung im Globalvertrieb am Beispiel SCHOTT Solar	425
<i>Thomas Nieraad</i>	
Teil 5: Organisation im internationalen Vertrieb	437
Direkter oder indirekter Vertrieb? Vertriebsstrukturelle Entscheidungen in Auslandsmärkten	439
<i>Klaus Backhaus, Michael Budt, Kai Lügger</i>	
Vertriebsorganisationen: Von der Vertretung zum Kooperationspartner.....	469
<i>Otto Belz</i>	
Management der Zusammenarbeit mit internationalen Vertriebspartnern.....	475
<i>Christian Schmitz</i>	
Best Practice: Die internationale Vertriebsorganisation der Firma Schäper Sportgerätebau GmbH.....	489
<i>Josef Hesse</i>	
Teil 6: Internes Schnittstellenmanagement im internationalen Vertrieb	497
Leistungsdefinition im internationalen Vertrieb – Zwischen Kundennähe und Komplexitätsfalle.....	499
<i>Thomas Friedli, Daniel Bellm</i>	

Die Rolle des internationalen Vertriebs im Preismanagement	515
<i>Martin Fassnacht, Jerome Alexander Königsfeld</i>	
Die Rolle des internationalen Vertriebs bei der Umsetzung der B-to-B-Markenpolitik	531
<i>Lars Binckebanck</i>	
Consulting Fokus (Markmetrics): Vertrieb als Instrument der internationalen Markenführung	563
<i>Thomas Andresen</i>	
Best Practice: Internes und internationales Schnittstellenmanagement bei Bühler	577
<i>Andreas Lorenz</i>	
Teil 7: Menschen als Erfolgsfaktor im internationalen Vertrieb	587
Der Zusammenhang zwischen Arbeits- und Händlerzufriedenheit: Eine empirische Analyse bei einem internationalen Konsumgüterhersteller	589
<i>Heiner Evanschitzky, Max Werdermann</i>	
Verhandlungsmanagement als Erfolgsfaktor im internationalen Vertrieb	603
<i>Markus Voeth, Uta Herbst</i>	
CRM-Systeme als Instrument internationaler Vertriebssteuerung am Beispiel der Automobilindustrie	617
<i>Andreas Baier, Oliver Kiene, Bernd Kreutzer</i>	
Controlling für den internationalen Vertrieb	645
<i>Ralf Kesten, Michael Lühn</i>	
Consulting Fokus (Mercuri International): Internationales Verkaufsprozess- management am Beispiel Carl Zeiss IMT – Die Champions League des Vertriebs	665
<i>Marcus Redemann</i>	
Best Practice: Entwicklung und Internationalisierung einer effizienten Vertriebssteuerung durch Dialogmarketing am Beispiel der STILL GmbH	677
<i>Thomas Gey, Sönke Caro</i>	

Internationaler Vertrieb

Grundlagen, Konzepte und Best Practices für Erfolg im
globalen Geschäft

Binckebanck, L.; Belz, C. (Hrsg.)

2012, XXX, 691 S., Hardcover

ISBN: 978-3-8349-3161-0