
Inhaltsverzeichnis

1	Den Vertrieb fit für die Zukunft machen	1
1.1	Die Steuerung des Vertriebs mit Zielen	1
1.2	Die Neujustierung der Vertriebsorganisation	3
1.3	Wichtige Kunden gezielt gewinnen und binden	5
2	Werkzeuge für die Entwicklung von Vertriebsstrategien	13
2.1	Die Entwicklung und Bewertung strategischer Geschäftsfelder	14
2.2	Die SWOT-Analyse	16
2.3	Die Kompetenzfeld-Analyse	19
2.4	Die Balanced Scorecard für Marketing und Vertrieb	22
2.5	Die Wettbewerbsanalyse	24
2.6	Die Marketing-Mix-Analyse	28
2.7	Die Analyse der Kundenbindungsrate	28
2.8	Customer Lifetime Value	31
3	Werkzeuge für die operative Vertriebsarbeit	35
3.1	Die Ermittlung kaufentscheidender Kriterien	35
3.2	Die Angebotskostenanalyse	37
3.3	Die Kundenbesuchsbedarfsanalyse	38
3.4	Die Besuchskostenanalyse	40
3.5	Das Kundenbewertungssystem	43
3.6	Der Nachlass-Mehrverkaufs-Rechner	46
4	Marketing gezielt nutzen	49
4.1	Die Marketinginstrumente	50
4.2	Der Marketingplan	51
4.3	Die Marketingkommunikation steuern	58
4.4	Wenn Marketingkonzepte nicht greifen	63

5	Top-Kunden begeistern	67
5.1	Konzentration auf die Gewinner der Zukunft	68
5.2	Die Einführung eines Top-Kundenmanagements	70
5.3	Die Zusammenarbeit mit Top-Kunden	72
5.4	Die Vernetzung von Kunden - und Eigeninteressen	75
5.5	Die organisatorische Gestaltung eines Top-Kundenmanagements .	77
5.6	Das Top-Kundenmanagement international aufstellen	78
5.7	Top-Kunden strukturiert weiterentwickeln	86
5.8	Ausblick auf das Top-Kundenmanagement der Zukunft	88
6	Kunden gezielt gewinnen und binden	91
6.1	Der Einkauf im Wandel	92
6.2	Der Vertrieb im Wandel	94
6.3	Kundenziele festlegen	95
6.4	Die Bestimmung des Kundenwerts	96
6.5	Mehrwerte kundenorientiert entwickeln	97
6.6	Die Wettbewerbsleistungen analysieren	100
6.7	Durchführung von Kundenanalysen	102
6.8	Mit Ideen Neukunden gewinnen	106
6.9	Kunden gezielt ansprechen	112
7	Verhandlungen vorbereiten und erfolgreich abschließen	115
7.1	Die Vorbereitung von Verhandlungen	115
7.2	Spielregeln für Verhandlungen	116
7.3	Grundlagen der Verkaufspsychologie	117
7.4	Der Gesprächsleitfaden	124
7.5	Die Durchführung von Verhandlungen	125
7.6	Die Wahrnehmungsfilter der Kunden	129
7.7	Die Gesprächsnachbereitung	131
8	Präsentationen erfolgreich gestalten	133
8.1	Die Ohren der Zuhörer	133
8.2	Die Durchführung einer Teilnehmeranalyse	134
8.3	Grundregeln für erfolgreiche Präsentationen	135
9	Mitarbeiter durch Ziele steuern	141
9.1	Wichtige Aspekte von Führung	142
9.2	Der Zielvereinbarungsprozess	149
9.3	Gute Verkäufer – ein kostbares Gut	160

10 Projektmanagement im Vertrieb	167
10.1 Was ist ein Projekt?	167
10.2 Fallbeispiel Pharmaunternehmen „Schmerzfrei“	168
Literatur	183
Sachverzeichnis	185

Vertriebsarbeit leicht gemacht

Die besten Strategiewerkzeuge, Checklisten und
Lösungsmuster

Biesel, H.

2013, XIII, 187 S. 26 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-02981-4