

Einleitung	7
Die Aufgaben des Verkaufsleiters	11
1.0 Motivieren	13
2.0 Planen und Organisieren	21
2.1 Firmenphilosophie	22
2.2 Genaue Festlegung der Arbeitsgebiete oder Bereiche als Verkaufsleiter	23
2.3 Stellenbeschreibung (für alle Mitarbeiter seines Be- reichs)	26
2.4 Jahresplanung (Marketingplan, Budget)	29
2.5 Organisation einer Tourenplanung (auch beim In- vestitionsgüterverkauf)	35
3.0 Trainieren	41
3.1 Die Trainingsarbeit des Verkaufsleiters	42
3.1.1 Die richtige Form, den Mitarbeiter auszuwählen ...	44
3.1.2 Den Mitarbeiter in seine Arbeit richtig einführen ..	47
3.1.3 Die »Bordsteinkonferenz«	56
3.1.4 Die Produktneueinführung	62
3.1.5 Das Jahresanalysegespräch	66
3.1.6 Die Organisation von Außendienstbesprechungen (Konferenz) mit Einschluß von Übungen	70
– Das Rollenspiel	74
– Das Pingpongspiel	75
– Der magische Kreis	75
– Die Zweierübung	76
3.2 Grundlagen für das Training on the job	76

3.2.1	Die Vergessenskurve	76
3.2.2	Die Beeinflussung von neuen Mitarbeitern.....	77
3.2.3	Instinktbedürfnisse	78
3.2.4	Plateautheorie.....	78
3.2.5	Konditionieren.....	79
3.2.6	Typische Unterscheidungsmerkmale zwischen er- folgreichen und nichterfolgreichen Außendienstmit- arbeitern	80
3.2.7	Gesprächsformen.....	81
3.3	Die Zusammenarbeit mit einem externen Verkaufs- trainer	82
4.0	Kontrollieren	87
5.0	Key-account-Betreuung (Großkundenbetreuung)... ..	95
6.0	Fachwissen der Sparte	97
7.0	Einige Fallbeispiele	99
7.1.1	Eine Bordsteinkonferenz in der Investitionsgüter- sparte.....	99
7.1.2	Eine Bordsteinkonferenz in der Konsumgütersparte	101
7.2.1	Ein Jahresanalysegespräch in der Konsumgüter- sparte.....	102
	Schlußbemerkungen	109
	Verzeichnis der Checklisten	110