

Andreas Buhr

Vertrieb geht heute anders

**Wie Sie den Kunden 3.0®
begeistern**

GABAL

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 Rol – Risk of Ignoring 152

Megatrends – Blick in die Zukunft **153**

Neue Zielgruppen für Unternehmen **159**

Megatrends für Produkte und Vertrieb **164**

Der neue Rol: 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