

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis	8
1 Einleitung	9
2 Herausforderungen für den Vertrieb in heutigen Märkten	11
3 Persönliches Anforderungsprofil im Vertrieb	13
4 Wichtigste Eigenschaften eines Vertriebsmitarbeiters	15
5 Generelle Aspekte der strategischen Vorbereitung	17
6 Entwicklung einer operativen Vertriebsstrategie	20
6.1 Durchführung einer Marktanalyse	21
6.2 Wettbewerbsanalyse	24
6.3 Darstellung der erhobenen Daten	25
6.4 Ermitteln möglicher Markteintrittsbarrieren als Teil der Marktanalyse	27
6.5 Kundenidentifikation und der Begriff Buyer Persona	27
7 Aufbau eines operativen Marketing- und Vertriebsplans	31
8 Umsetzung eines Marketing- und Vertriebsplans	34
9 Distributionsmanagement	35
10 Zusammenspiel von digitalem und klassischem Vertrieb	40
11 Struktur eines Vertriebs- und Marketingteams (Demand Generation Center)	42
12 Klassischer Vertrieb	47
12.1 Führung und Entwicklung eines Vertriebsteams	48

12.2	Aufbau eines Verkaufsgesprächs	50
12.2.1	Kontaktphase	52
12.2.2	Phase der Informationsgewinnung	53
12.2.3	Präsentationsphase	54
12.2.4	Entscheidungsphase	55
12.3	Besuchsvorbereitung	56
12.4	Fragetechnik	57
12.5	Einwandbehandlung	62
12.6	Nutzenargumentation	64
12.7	Verhandlungstechnik	66
13	Digitaler Vertrieb und Marketing	71
13.1	Website, Landingpages und Microsites	77
13.2	E-Mail-Marketing	79
13.3	Social Media	82
13.3	Webinare	85
13.4	E-Commerce	86
14	Prinzipien der Kaufentscheidung	88
15	Kunden- und Verkäufertypologien	90
16	Vertriebsplanung und Vertriebscontrolling	93
16.1	Sales Funnel Management	98
16.2	Lead Management	101
16.3	Bedeutung eines CRM-Systems	103
17	Kundenbindung und Kundenzufriedenheit	105
18	Kundenbindungsmaßnahmen	109
19	Beschwerdemanagement	111
20	Die größten Fehler im Verkauf	113
	Literatur- und Quellenverzeichnis	115