

# Inhalt

## **Einleitung** 9

### **1 Sales: Modelle und Prozesse** 11

Peter Krumbach-Mollenhauer

Einführung in das Thema 11

Das Sales-Modell 13

Führung im Vertrieb 27

Qualifikationen von Top-Verkäufern 28

### **2 Pre-Sales** 33

#### **2.1 Die organisatorische Einbindung des Vertriebs** 35

Alexander Fuchs / Frank Schiel

Einleitung 35

Kriterien des externen Marktes 36

Ziele des Unternehmens 40

Strategiekonzepte 43

Organisationsstruktur 47

Gesamtüberblick 50

Strukturierung der Vertriebsorganisation 51

Interne Schnittstellen zum Vertrieb 58

Unterstützende Instrumente 60

Führungssysteme 61

Fazit 63

## **2.2 Einstellung zum Verkauf** 65

Markus Brand

Einleitung 65

Beginnen Sie damit zu sein, was Sie werden wollen 66

Kreieren Sie Ihre Vision 67

Entwickeln Sie ein positives Selbstbild 68

Identifizieren Sie sich mit Ihrem Produkt 69

Wertschätzen Sie Ihren Kunden 69

Integrität, die Mentalität der Fülle und Reife 73

Erst verstehen, dann verstanden werden 75

Erkenne Dich selbst, Verkäufer, und kenne Deinen Kunden!

Motivationsförderung im Verkauf mit Hilfe der Lebensmotive 77

Praktische Motivationshilfen zur Förderung der Einstellung im Verkauf 83

## **3 Sales** 91

### **3.1 Der Umgang mit Entscheidern/Käufern eine Typologisierung** 93

Thomas Lehment

Einleitung 93

Ein praxiserprobtes Kundentypenmodell 95

Wie Sie Kundentypen erkennen und wie Sie mit ihnen umgehen 101

Wer will schon jeden Tag Steak? 116

### **3.2 Das Verkaufsgespräch** 119

Michaela Hüpperling

Einleitung 119

Ihre Einstellung und Positionierung als Verkäufer 120

Die Vorbereitung Ihrer Verkaufsgespräche 126

Die Struktur Ihrer Verkaufsgespräche 133

Die Nachbereitung Ihres Verkaufsgesprächs 142

### **3.3 Die Psychologie des Verkaufens** 145

Peter Krumbach-Mollenhauer

Grundgedanken zur Psychologie im Verkauf 145

Käufer und Verkäufer treffen sich – Was nun? 146

Psychologische Aspekte bei der Überzeugung – Methoden der Einflussnahme 153

### **3.4 Telefon- und Kaltakquise** 171

Petra Keßler

Vorbereitung 171

Telefonakquise 180

Kaltbesuche 183

Verkaufsgespräch 185

Schlusswort 186

## **4 Strategisches Verkaufen** 187

### **4.1 After Sales und Customer Relationship Management** 189

Dirk Liesenfeld

Vorab – Versuch einer Erklärung 189

CRM 190

CRM und Kundenwertmessung 193

Der Weg zu einem erfolgreichen CRM 200

Den Kunden verstehen lernen – sonst klappt es nicht 203

Learnings und Beispiele aus der Praxis 204

Empfehlungen und Tipps 207

### **4.2 Key Account Management** 209

Frank Schiel, Alexander Fuchs

Markttrends, zukünftige Entwicklungen 209

Zielsetzungen des Key Account Managements als marktbezogene

Strategieausrichtung 211

Implementierung eines Key Account Managements in bestehenden

Organisationsformen des Unternehmens – Chancen und Risiken je Strategie und

Organisationsform 218

Die systematische Arbeitsweise eines Key Account Managers: Strategie, Tools,

Kundenentwicklungspläne, Jahresgespräche, zentrale Kundeninformationen 223

Nutzen und Schaden von Key Account Management für Kunden und das eigene

Unternehmen 230

Key-Account-Management-Check: Wie läuft's im eigenen Unternehmen? 232

## **5 Vertriebseinheiten führen 235**

### **5.1 Die Auswahl von Vertriebsmitarbeitern 237**

Thomas Lehment

Einleitung 237

Was macht einen erfolgreichen Vertriebsmitarbeiter denn aus? 237

Wie veränderbar sind die Kompetenzen eines Verkäufers? 249

Hinter die Fassade des Bewerbers schauen –

Was soll sein, was ist? 250

### **5.2 Die Praxis des Verkaufs – Vertriebssteuerung 271**

Eric Winkler

Einleitung 271

Die Vertriebsplanung 272

Die Vertriebssteuerung 278

Zusammenfassung 298

### **5.3 Die Steuerung von Vertriebsteams 299**

Mechthild Laumen-Schiel

Management und Organisation von Vertriebsteams 300

Effiziente Führung von Vertriebsteams 312

Gruppendynamiken in Vertriebsteams 316

Häufige ›Stolperfallen‹ in der Führung von Vertriebsteams 322

Selbststeuerung: Führung der eigenen Person 324

### **5.4 Coaching im Vertrieb 327**

Albert Thienel

Typische Anlässe zum Coaching im Vertrieb 327

Coaching des Vertriebsführungsverhaltens 328

Coaching der Teamarbeit des Außen- und Innendienstteams 332

Coaching zur Standortbestimmung eines Vertriebsgeschäftsführers 337

Coaching einer Vertriebsmannschaft 342

**Die Autoren 347**

**Literaturempfehlungen 353**

**Index 359**