

Inhalt

Vorwort von Ulrich Dietze 7

Ulrich Dietze

Kapitel 1: Systematisch verkaufen – systematisch führen: »Führung« in systematisch optimierten Vertrieben 11

- 1.1 Die vier Einflussfaktoren für Umsatz und Gewinn 11
- 1.2 Die Vertriebsmethodik TQS: Total Quality Selling 14
- 1.3 Systematisches Verkaufen ermöglicht systematisches Führen 19
- 1.4 TQS – Anfragemanagement: Kundenanfragen als Chancen begreifen 22
- 1.5 TQS – Verkaufsorientierte Angebotsgestaltung 35
- 1.6 TQS – Optimierung und Systematisierung der Angebotsverfolgung 37
- 1.7 Vertriebscontrolling mit dem TQS-Navigator 39
- 1.8 Die Systematisierung von Vertrieb und Vertriebsführung lohnt sich 40

Heinrich Wickinghoff

Kapitel 2: Die vier Bausteine der Vertriebsführung 45

Kapitel 3: Kommunikationsmanagement – ohne Kommunikation ist alles nichts 51

- 3.1 Grundlagen und Grundannahmen der Kommunikation 53
- 3.2 Kommunikation und Wahrnehmung 56
- 3.3 Die Bedeutung der nonverbalen Kommunikation im Vertrieb 61
- 3.4 Kommunikations- und Interaktionsmodelle in Führung und Vertrieb 65
- 3.5 Neun Mittel der Gesprächsführung in Mitarbeitergesprächen 71
- 3.6 Regelgespräche in der Vertriebsführung: das Feedbackgespräch 85

Kapitel 4: Motivationsmanagement – volle Motivationspower entfalten 91

- 4.1 Demotivationsfaktoren im Vertrieb erkennen und ausschließen 93
- 4.2 Motivationstheorien auf die Führungspraxis im Vertrieb anwenden 98
- 4.3 Neue Erkenntnisse der Motivations- und Hirnforschung nutzen 107
- 4.4 Motivationsgespräche im Vertrieb optimieren 113

Kapitel 5: Mit Empowerment die Eigenverantwortung der Mitarbeiter mobilisieren 123

- 5.1 Vertriebe mit und ohne Empowerment 124
- 5.2 Die vier Stufen des Empowerment 126
- 5.3 Gründe für geringes Empowerment erkennen – und ausmerzen 130
- 5.4 Wie und warum Unternehmen von Empowerment profitieren können 137
- 5.5 Empowerment fördern 143

Kapitel 6: Vertriebsprozesse und Controlling – Unternehmen und Mitarbeiter weiterentwickeln 147

- 6.1 Die Entstehungs- und Erfolgsgeschichte des Qualitätsmanagements 149
- 6.2 Qualitätsmanagement auf interne und externe Vertriebsprozesse beziehen 151
- 6.3 Mit Vertriebscontrolling kontrollieren und Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen 168
- 6.4 Die Vertriebssteuerung und das Zielvereinbarungsgespräch 179

Kapitel 7: Mit Führungskompetenzen den Vertrieb nach vorne bringen 187

- 7.1 Die grundlegenden Kompetenzen des Verkäufers und der Führungskraft 188
- 7.2 Der Verkaufsleiter als Moderator: Veränderungsprozesse moderieren 194
- 7.3 Der Verkaufsleiter als Coach: Mitarbeiter unterstützen 201
- 7.4 Der Verkaufsleiter als Controller 205

Kapitel 8: Organisationsentwicklung im Vertrieb – Unternehmen verändern 207

- 8.1 Umgang mit verschiedenen Führungsspannen 209
- 8.2 Mit Vertriebsteams Effizienz der Abteilung erhöhen 213
- 8.3 Leitlinien und Werteorientierung für die Organisationsentwicklung im Vertrieb 219

Kapitel 9: Internationale und kulturelle Aspekte der Vertriebsführung 227

- 9.1 Mit interkultureller Kompetenz Vertriebsfolge im Ausland erzielen 231
- 9.2 Praktische Hinweise für die interkulturelle Kommunikation 241
- 9.3 Auf Auslandsaufenthalt gezielt vorbereiten 246
- 9.4 Regelgespräche in verschiedenen Kulturregionen 248

Nachwort 255

Quellenangaben und Literatur 257

Stichwortverzeichnis 258

Über die Autoren 262