

## Inhaltsverzeichnis

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Inhaltsverzeichnis.....</b>                        | <b>4</b>  |
| <b>1. Grundlagen des Verkaufs.....</b>                | <b>9</b>  |
| 1.1. Einführung .....                                 | 9         |
| 1.2. Einordnung im Marketingmix.....                  | 9         |
| 1.3. Ausrichtung des Verkaufs.....                    | 12        |
| 1.4. Rolle des Aussen- und des Innendienstes .....    | 13        |
| 1.4.1. Aussendienst .....                             | 13        |
| 1.4.2. Innendienst.....                               | 14        |
| 1.5. Verkaufsformen.....                              | 14        |
| 1.5.1. Platzverkauf .....                             | 15        |
| 1.5.2. Feldverkauf .....                              | 16        |
| 1.5.3. Mischformen .....                              | 17        |
| <b>2. Verkaufskonzept und Verkaufsziele .....</b>     | <b>19</b> |
| 2.1. Aufbau des Verkaufskonzepts .....                | 19        |
| 2.2. Situationsanalyse.....                           | 21        |
| 2.2.1. Externe Analyse des Verkaufs .....             | 21        |
| 2.2.2. Interne Analyse des Verkaufs .....             | 22        |
| 2.3. Verkaufsziele .....                              | 24        |
| 2.3.1. Operationalisierung von Verkaufszielen .....   | 24        |
| 2.3.2. Arten von Verkaufszielen .....                 | 25        |
| <b>3. Verkaufsstrategie .....</b>                     | <b>27</b> |
| 3.1. Subvariablen der Verkaufsstrategie .....         | 27        |
| 3.1.1. Kundenselektion.....                           | 28        |
| 3.1.2. Produktselektion .....                         | 30        |
| 3.1.3. Kontaktqualität.....                           | 31        |
| 3.1.4. Kontaktquantität .....                         | 31        |
| 3.1.5. Kontaktperiodizität.....                       | 32        |
| 3.1.6. Feldgrösse.....                                | 32        |
| <b>4. Primäre Verkaufsplanung .....</b>               | <b>33</b> |
| 4.1. Absatz- / Umsatz- / DB-Planung .....             | 34        |
| 4.2. Einsatzplanung.....                              | 35        |
| 4.2.1. Streuplanung .....                             | 35        |
| 4.2.2. Berechnung der Anzahl Verkaufsmitarbeiter..... | 35        |
| 4.2.3. Zeitplanung.....                               | 37        |
| 4.2.4. Tourenplanung .....                            | 38        |
| 4.2.5. Verkaufsstufenpläne .....                      | 40        |
| <b>5. Sekundäre Verkaufsplanung .....</b>             | <b>41</b> |
| 5.1. Organisationsplanung.....                        | 42        |
| 5.1.1. Aufbauorganisation .....                       | 43        |
| 5.1.2. Aufbauorganisation im Verkauf.....             | 45        |

|           |  |           |
|-----------|--|-----------|
| 5.1.3.    | Hilfsmittel in der Aufbauorganisation .....            | 47        |
| 5.1.4.    | Auswahl von Verkaufsmitarbeitern.....                  | 49        |
| 5.1.5.    | Ablauforganisation und Hilfsmittel .....               | 50        |
| 5.2.      | Entlohnungs- und Motivationsplanung .....              | 52        |
| 5.2.1.    | Entlohnungsplanung.....                                | 52        |
| 5.2.2.    | Motivationsplanung .....                               | 54        |
| 5.3.      | Personal- und Ausbildungsplanung .....                 | 56        |
| 5.3.1.    | Personalplanung .....                                  | 56        |
| 5.3.2.    | Ausbildungsplanung .....                               | 56        |
| 5.4.      | Verkaufshilfsmittelplanung .....                       | 57        |
| <b>6.</b> | <b>Verkaufskostenplanung / Verkaufskontrolle .....</b> | <b>59</b> |
| 6.1.      | Verkaufskostenbudget .....                             | 59        |
| 6.1.1.    | Fixe Kosten .....                                      | 59        |
| 6.1.2.    | Variable Kosten.....                                   | 59        |
| 6.1.3.    | Kostenaufstellung.....                                 | 59        |
| 6.2.      | Verkaufskontrolle .....                                | 61        |
| 6.2.1.    | Kontrollarten .....                                    | 61        |
| 6.3.      | Kontrollplan .....                                     | 62        |
| 6.4.      | Kontrollprozess.....                                   | 62        |
| <b>7.</b> | <b>Verkaufsgespräch und Verhandlungstechnik .....</b>  | <b>65</b> |
| 7.1.      | Die sechs Phasen des Verkaufsgesprächs .....           | 65        |
| 7.1.1.    | Die Vorbereitungsphase .....                           | 66        |
| 7.1.2.    | Eröffnungs- und Bedarfsphase .....                     | 68        |
| 7.1.3.    | Argumentationsphase .....                              | 72        |
| 7.1.4.    | Angebots- und Abschlussphase.....                      | 74        |
| 7.1.5.    | Verabschiedungsphase.....                              | 77        |
| 7.1.6.    | Nachbearbeitungsphase.....                             | 77        |
| 7.2.      | Einwandbehandlung.....                                 | 77        |
| 7.3.      | Reklamationswesen.....                                 | 79        |
| 7.4.      | Offertwesen.....                                       | 80        |
| 7.5.      | Besonderheiten des Telefongesprächs .....              | 82        |
| <b>8.</b> | <b>Messemarketing.....</b>                             | <b>83</b> |
| 8.1.      | Definition Messe und Ausstellung.....                  | 83        |
| 8.1.1.    | Eigenschaften und Nutzen der Messe.....                | 84        |
| 8.1.2.    | Risiken von Messen .....                               | 84        |
| 8.2.      | Messekonzept.....                                      | 85        |
| 8.2.1.    | Rahmenbedingungen .....                                | 86        |
| 8.2.2.    | Zielgruppe.....  | 86        |
| 8.2.3.    | Zielsetzungen.....                                     | 86        |
| 8.2.4.    | Bestimmung der Messemassnahmen .....                   | 88        |
| 8.2.5.    | Zuständigkeiten .....                                  | 90        |
| 8.2.6.    | Budget / Kosten .....                                  | 90        |
| 8.2.7.    | Erfolgskontrolle .....                                 | 91        |
| 8.3.      | Standvarianten .....                                   | 92        |

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| <b>9.</b>  | <b>Strategische Distribution .....</b>                                  | <b>93</b>  |
| 9.1.       | Grundlagen der Distribution.....  | 93         |
| 9.2.       | Distributionskonzept .....  | 95         |
| 9.3.       | Distributionsstrategie .....  | 97         |
| 9.3.1.     | Vertriebsform .....   | 98         |
| 9.3.2.     | Weitere Vertriebsmöglichkeiten .....                                    | 101        |
| 9.3.3.     | Kriterien zur Wahl der Vertriebsform.....                               | 105        |
| 9.3.4.     | Kriterien zur Wahl der Absatzkanäle (Detailhändler, Grosshändler) ..... | 106        |
| 9.3.5.     | Multi-Channel-Distribution .....  | 106        |
| 9.3.6.     | Distributionsdifferenzierung .....                                      | 107        |
| 9.3.7.     | Distributionskennziffern .....  | 109        |
| <b>10.</b> | <b>Physische Distribution .....</b>                                     | <b>111</b> |
| 10.1.      | Bereiche der Logistik .....   | 111        |
| 10.2.      | Supply Chain Management .....   | 112        |
| 10.3.      | Auftragsabwicklung .....  | 113        |
| 10.4.      | Lager .....   | 114        |
| 10.4.1.    | Aufgaben eines Lagers.....  | 114        |
| 10.4.2.    | Lagerarten .....  | 115        |
| 10.4.3.    | Eigen- bzw. Fremdlager .....  | 115        |
| 10.4.4.    | Zentralisation vs. Dezentralisation .....                               | 116        |
| 10.5.      | Transport .....   | 116        |
| 10.5.1.    | Wahl des Transportmittels .....   | 117        |
| 10.5.2.    | Transportorganisation .....   | 117        |
| 10.6.      | Lieferservice.....  | 117        |
| <b>11.</b> | <b>Standort.....</b>  | <b>119</b> |
| 11.1.      | Standortfaktoren .....  | 119        |
| 11.2.      | Standorttypen.....  | 120        |
| <b>12.</b> | <b>Repetitionsübungen .....</b>   | <b>121</b> |
| 12.1.      | Kapitel 1: Grundlagen des Verkaufs .....                                | 121        |
| 12.2.      | Kapitel 2: Verkaufskonzept und Verkaufsziele .....                      | 122        |
| 12.3.      | Kapitel 3: Verkaufsstrategie .....                                      | 122        |
| 12.4.      | Kapitel 4: Primäre Verkaufsplanung.....                                 | 123        |
| 12.5.      | Kapitel 5: Sekundäre Verkaufsplanung .....                              | 123        |
| 12.6.      | Kapitel 6: Verkaufskostenplanung und Verkaufskontrolle.....             | 124        |
| 12.7.      | Kapitel 7: Verkaufsgespräch und Verhandlungstechnik.....                | 125        |
| 12.8.      | Kapitel 8: Messemarketing .....   | 126        |
| 12.9.      | Kapitel 9: Strategische Distribution.....                               | 127        |
| 12.10.     | Kapitel 10: Physische Distribution .....                                | 129        |
| 12.11.     | Kapitel 11: Standort.....   | 130        |
| <b>13.</b> | <b>Lösungen der Repetitionsübungen .....</b>                            | <b>133</b> |
| 13.1.      | Kapitel 1: Grundlagen des Verkaufs .....                                | 133        |
| 13.2.      | Kapitel 2: Verkaufskonzept und Verkaufsziele .....                      | 134        |
| 13.3.      | Kapitel 3: Verkaufsstrategie .....                                      | 135        |

---

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| 13.4.      | Kapitel 4: Primäre Verkaufsplanung.....                     | 136        |
| 13.5.      | Kapitel 5: Sekundäre Verkaufsplanung .....                  | 137        |
| 13.6.      | Kapitel 6: Verkaufskostenplanung und Verkaufskontrolle..... | 138        |
| 13.7.      | Kapitel 7: Verkaufsgespräch und Verhandlungstechnik.....    | 139        |
| 13.8.      | Kapitel 8: Messemarketing.....                              | 140        |
| 13.9.      | Kapitel 9: Strategische Distribution.....                   | 142        |
| 13.10.     | Kapitel 10: Physische Distribution .....                    | 144        |
| 13.11.     | Kapitel 11: Standort.....                                   | 145        |
| <b>14.</b> | <b>Quellenverzeichnis .....</b>                             | <b>147</b> |
| <b>15.</b> | <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>                          | <b>148</b> |