

3.1 Vertrieb und Verkaufsgespräch

- Akquise, Beratung, Abschluss, Abwicklung, Betreuung
- Innendienst und Außendienst im Tandem
- Einwände: Ja-aber, Bumerang, Rückfrage
- Preis: Sandwich-Methode



3.3 Kunde und Gebiet

- Kunde: Lösungen aus einer Hand
- Gebiet: kurze Wege, regionale Kenntnis
- Gebiete nach Potenzial und Belastung bilden

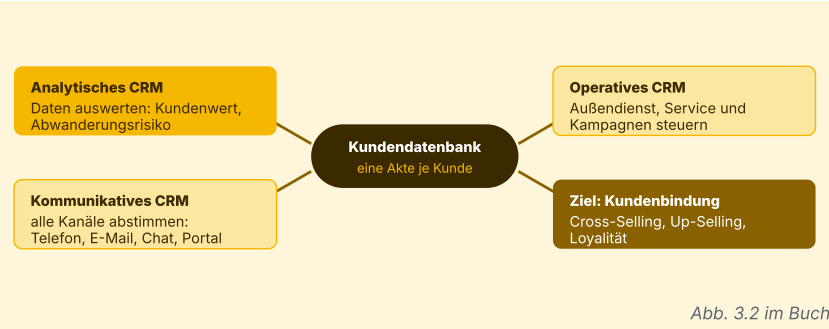


3.4 Außendienst steuern

- Zielvereinbarung, Tourenplanung, Besuchsberichte
- monetäre und nicht monetäre Anreize
- Umsatzprämie fördert Rabatte → besser DB-Prämie
- Herzberg: Hygienefaktoren und Motivatoren

3.2 Kundenbindung und CRM

- analytisch, operativ, kommunikativ
- Cross-Selling und Up-Selling
- NPS = % Promotoren – % Kritiker
- Beschwerdemanagement, DSGVO



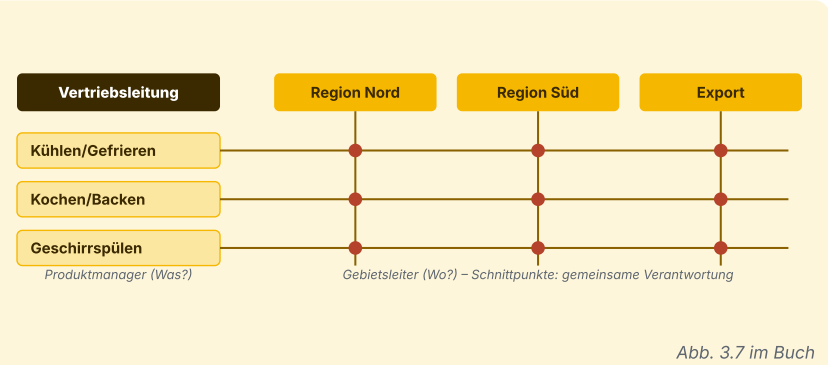
3.3 Funktion und Produkt

- Funktion: Spezialisierung, aber keine Gesamtverantwortung
- Produkt: Kompetenz, aber Doppelbesuche
- Produktmanager mit Ergebnisverantwortung



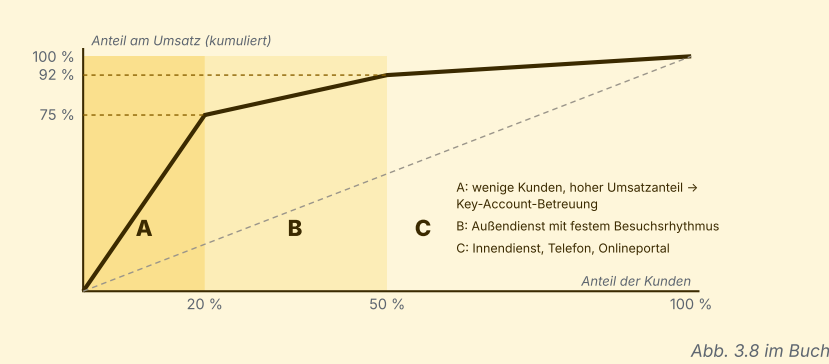
3.3 Matrix und Key Account

- Matrix: zwei Kriterien, Kompetenzkonflikte
- KAM: übergreifende Verantwortung für Schlüsselkunden
- Kundenentwicklungsplan, Jahresgespräch



3.5 Controlling: ABC-Analyse

- sortieren, kumulieren, Klassen bilden
- A: KAM · B: Außendienst · C: digital oder Handel
- um DB und Potenzial ergänzen



3.5 Kunden-DB und Kennzahlen

- Listenumsatz – Erlösschmälerungen = Nettoumsatz
- – variable Kosten = DB I · – Vertrieb = DB II · – Logistik = DB III
- Mengen- und Preisabweichung
- Auftragseingang, Vertriebsintensität, Angebotserfolgsquote