

Sales!

11 Erfolgsfaktoren im B2B-Vertrieb

Bearbeitet von
Von Hartmut Sieck, und Andreas Goldmann

1. Auflage 2018. Buch. 128 S. Kartoniert
ISBN 978 3 8006 5519 9
Format (B x L): 14,1 x 22,4 cm

[Wirtschaft > Wirtschaftssectoren & Branchen: Allgemeines > Einzel- und Großhandel](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Stichwortverzeichnis

5-Stufen-Modell 117

A

A-B-C-Analyse 12

After Sales 121

Angebote

– Budgetangebot 108

– Extra-Meile-Angebot 109

– kein Angebot erstellen 107

– kundenorientierte 106

– nachfassen 110

– Standardangebot 108

Angebot ist nicht gleich Angebot 17

Angebotsabgabe

– vor und nach einer 110

Angebotsmanagement 105

Angebotstypen 106

Ankereffekt 95

Auftrag

– 9 Gründe, warum er verloren gehen kann 123

Aufträge teilen 102

Aufträge verteidigen 102

Aufträge verzögern 103

B

B2B-Vertrieb

– Effektivität und Effizienz 18

– tägliche Fallen 16

– Verkaufsprozess 19

Bestandskunde 102

Budgetangebot 108

C

Consultative Selling 15

E

Effektivität 18

Effizienz 18

Empfehlung 124

Extra-Meile-Angebot 109

F

Facebook 83

K

Kreuter, Dirk 116

Kunde

– bei der Zielerreichung unterstützen 91

– dessen Bewertungskriterien beeinflussen 101

– seine Ziele 88

– Wenn er zu Ihnen kommt 70

– Wer ist das? 87

– Zugang über Dritte 101

Kunden-/Bedarfsanalyse 75

Kundenbindungsplan 125

Kundengespräch 63

Kundenklassifizierung 12

Kundennutzen

– attraktiver erscheinen lassen 93

– Checkliste 96

– kommunizieren 92

– schaffen 86

– systematisch erarbeiten 86

Kundentermin

– die letzten Minuten vor dem 72

– Nachbearbeitung 79

– Terminbestätigung 71

– Verkaufsgespräch in acht Schritten 72

– Vorbereitung 65

– vs. kundenorientiertes Verkaufsgespräch 64

L

Lead Buyer-Konzept 12

Liefertermin vs. Übergabetermin 38

LinkedIn 83

Loss Aversion-Effekt 93

Lösung

– Leistungsmerkmale einer 92

N

Nachlässe 113

– Sind Sie wirklich notwendig? 115

Nutzenkommunikation 86

P

- Preisverhandlungen
 - Wie wichtig ist der Preis? 115
- Prozesskosten 12

R

- Referenzen 124

S

- Sales Development 12
- Social Media 81
- Standardangebot 108
- Switching Costs 15

T

- Total Cost of Ownership (TCO) 12

V

- Verhandlungen 113

- feilschen oder verhandeln 118
- mit dem 5-Stufen-Modell 116
- Nachlässe 113
- vorbereiten 119
- Verkaufsgespräch 65
 - in acht Schritten 72
- Verkaufsprozess im B2B 19
- Verkaufsstrategie 16
 - ZSM-Ansatz 99
- Vertrieb
 - sechs strategische Ansätze 100
- Vorstellungsrunde 74

W

- Win bid-/Loss bid-Analyse 121

X

- XING 82



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG