

# Weichen stellen im Vertrieb

Interviews über Trends und Herausforderungen

Bearbeitet von  
Gabi Böttcher

1. Auflage 2012 2012. Taschenbuch. viii, 107 S. Paperback  
ISBN 978 3 658 00628 0  
Format (B x L): 16,8 x 24 cm  
Gewicht: 209 g

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > Absatz & Vertrieb](#)

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.

## Vorwort

Der Vertrieb ist seit jeher der Lebensnerv, die entscheidende Schnittstelle in jedem Unternehmen: In keiner anderen Abteilung zeigt sich anhand der erzielten Umsätze der Erfolg (oder der Misserfolg) so unmittelbar und direkt. Viele Unternehmer sehen in ihrer Vertriebsabteilung auch eine Art „Frühwarnsystem“ – hier zeichnet es sich zuerst ab, wenn die Unternehmensstrategie nicht greift, wenn die Ziele zu hoch (oder zu niedrig) gesteckt wurden, wenn Gewinneinbrüche drohen, neue Produkte nicht greifen, Kunden unzufrieden sind und abwandern – und hier werden zudem die Weichen gestellt für die unternehmerische Ausrichtung von morgen. Der Vertrieb ist ein bedeutender, wenn nicht gar der wichtigste strategische Akteur in der Unternehmenspolitik. Niemand sonst hat diesen direkten Draht zum Kunden, niemand erfährt früher, was der Kunde wünscht oder was ihn stört, als der Kundenberater, der Verkäufer vor Ort. Nichts ist deshalb für das Unternehmen so wertvoll wie ein erfolgreich arbeitender Vertrieb.



Doch der Vertrieb ist einer Reihe von Veränderungen ausgesetzt, die seine klar strukturierte Welt, bestehend aus Verkäufen, Umsatzzahlen und Vergütung, ins Wanken bringen könnten. Die persönliche Präsenz des Verkäufers im Außendienst, lange Zeit ein unumstößliches Gesetz für einen funktionierenden Vertrieb, wird zunehmend in Frage gestellt von den verlockenden Möglichkeiten der digitalen Revolution. Kundengewinnung und Kundenbindung finden mehr und mehr über Webshops und Social-Media-Kanäle oder per E-Mail statt. Und dabei stehen die technischen Innovationen, die den Vertrieb der Zukunft nachhaltig verändern könnten, erst am Anfang.

Doch in diesem Spannungsfeld zwischen dem traditionellen Verkaufsgeschäft und der rasant fortschreitenden digitalen Revolution mit ihren vielfältigen Möglichkeiten für Absatz und Kundenbeziehungsmanagement gibt es auch noch Spielraum für Verkäufer aus Leidenschaft, für Führungskräfte mit innovativen Ideen und fundierten Konzepten, für Vertriebler, die in Veränderungen vor allem die Chancen sehen und in neuen Medien die großartigen Möglichkeiten, die es zu nutzen gilt.

Das Fachmagazin salesbusiness hat Führungskräfte aus dem Vertrieb und Vertriebs-Experten aus Beratung und Wissenschaft in ausführlichen Interviews zu brisanten, spannenden und aktuellen Themen befragt, die das Geschäft mit dem Umsatz und dem Absatz bewegen. Diese Interviews, die wir in diesem Buch zusammengefasst haben, zeichnen ein Bild von den Trends und Herausforderungen, die die Diskussionen im Vertrieb derzeit prägen.

Vor allem wird in diesen Gesprächen deutlich, dass der Vertrieb nach wie vor ein unglaublich spannendes Arbeitsfeld ist. Spannend auch deshalb, weil hier nach wie vor Weichen für die Zukunft eines Unternehmens, sogar für die Zukunft der Gesamtwirtschaft gestellt werden. Auf viele Fragen müssen viele Antworten gefunden werden. Einige davon möchten wir in diesem Buch geben.

*Gabi Böttcher*