

Handbuch Außendienst

Kundengewinnung und Kundenbindung, Gebietsmanagement und Key-Account-Management, Verkaufspsychologie und Preisgespräche

von
Christine Behle, Renate Hofe, vom

4. Auflage

Handbuch Außendienst – Behle / Hofe, vom

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Marketing, Handelsmanagement

Verlag Franz Vahlen München 2014

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 4773 6

Stichwortverzeichnis

A

ABC-Analyse 43, 45, 240
ABC-Formel 278
A-/B-/C-Klassifikationssystem 44
Abnahmepotenzial 31, 32, 40
Abnehmer 31
Abnehmergruppen 26
Absatzpotenzial 33, 37
Absatzsteigerungen 214
Abschlusschance 173
Abschlussfähigkeit 1
Abschlussfragen 296
Abschluss mit Kaufvoraussetzung 172
Abschlussphase 142, 389
Abschlusstechnik 166 ff., 376
Abschlussvoraussetzungen 166
Abschlusszeitpunkt 168 f.
Abschöpfungskunden 243, 244
Abwanderungssymptome 343
Adressen, Quellen für 266 f.
After-Sales-Service 334 ff.
Aktivitätenliste 413
A-Kunden 43, 51, 60
Alternativfragen 137
Alternativtechnik 172
Angebot eines Extras 172
Angebotsmenge 99
Angebotsverfolgung 249 ff.
Angebotsverfolgungs-Checkliste 249
Angebotsverfolgung, telefonische 252
Angriffskunden 354
Arbeitserleichterung, Methoden 413 ff.
Argumentation 76, 92, 116, 117, 128, 160, 170
Argumentationsschema 95
Argument, schwaches 122
Argument, starkes 122
Argument, wichtigstes 122
Assoziationen 126
Aufmerksamkeitsphase 102
Auftragschancen 263
Aufwertungsfragen 139
Aufwertung, von Einwänden 149
Ausschöpfungsgrad 37
Ausschöpfungsquote 37
Außendienstberichtswesen 405
authentisch 107
Autoverkäufer 128

B

Bearbeitungsfristen 55
Bedarfsanalyse 97 ff., 110 ff., 120
Bedarfsermittlung 141
Bedarfpotenzial 97
Bedarfsqualifikation 295
Bedarfsträger 30
Bedürfnis-Nutzen-Zyklus 116
Bekräftigungsphase 103
Beratungsqualität 120
Berichtsprobleme 404
Beschwerdegespräche 344 ff.
Beschwerdemanagement 339 ff.
Beschwerden 334, 344 ff.
Bestandskunden 72
Bestätigungsfragen 139
Besuchsberichte 403 ff.
Besuchsdauer 42, 240
Besuchshäufigkeit 50, 51, 54, 60
Besuchsplanung 50, 52 ff.
Besuchsplanung, effektive 60 ff.
Besuchsrhythmus 28
Besuchstouren 65
Besuchsturnus 42
Besuchsvorbereitung 91
Besuchszeit 50
Besuchszeitoptimierung 56
Bettger, Frank 85
Bewertungsportale 74, 275
Beziehungsebene 127
Beziehungsmanagement 321 ff.
Beziehungspflege 334
Bierach, Alfred 130
B-Kunden 43, 51
Blickkontakt 221 f.
Branchen-Strategie 286
Briefe 267 ff.
Budgetqualifikation 296
Budgetverantwortung 77
Bumerang-Methode 149
Business-Community 272
Buying-Center 369

C

Callcenter 74
C-Kunden 43, 51, 60
Commitment 19, 170

Cross-Selling-Potenzial 47
Customer Lifetime Value 48

Erwartungskundenplanung 55
Expertenstatus 303

D

Deckungsbeitrag 45, 48, 50, 56, 60, 236 f.,
252
Deckungsbeitragspotenzial 47
Deckungsbeitragsrechnung 236 ff.
Deckungsbeitragssteigerung 238
Deinvestitionskunden 243, 354
Delegation 414
Demonstration 376
Detroy, Erich-Norbert 120
Dialog 134
Durchdringungsstrategie 30, 33
Durchschnittsumsatz 31, 32

E

E-Commerce 273
Effizienzerhöhung 235
EHI Retail Institute 35
Eicher, Hans 121
Eignungsbeweise 309
Eindruck, erster 104
Einkaufsentscheidung 373
Einkaufsentscheidung, beeinflussen 372
Einkaufsgremien 351, 369 ff.
Einkaufsleiter 113
Einkreis-Methode 63
Einstellung, positive 229
Einwandbehandlung 146, 151 ff.
Einwände 143 ff., 278
Einwandentkräftung 376, 389
Eisenhower-Methode 411
E-Mail 274
E-Mail-Management 416
Emotionen 105, 130
Emotionen, negative 106
Emotionen, positive 125
Emotion Selling 111 f.
Emotionszentren 124
Empathie 1, 3 ff., 123
Empfehlungen 212
Empfehlungsschreiben 198
Entscheider 77 ff., 92, 276, 287, 315
Entscheidungsbefugnis 92
Entscheidungsfreiheit 127
Entscheidungshilfen 75
Entscheidungsqualifikation 296
Entscheidungsqualifizierung 278
Entspannung 422
Erfolgsgeschichten 132
Erholung 422
Erreichbarkeit 330, 333
Erwartungskunden 55

F

Facebook 74, 272 f., 275
Fachabteilungsleiter 113
Fahrkomfort 128
Fahrtrouten 66
Finanzqualifizierung 278
Firmendatenbank 93
Folieneinsatz 190
Follow-up-Phase 390
Frageformen 135 f.
Fragen 110, 112, 134 ff.
Fragen, geschlossene 137
Frageninhalt 135 f.
Fragenkatalog zur Bedarfsanalyse 112
Fragen, offene 136
Fragen, rhetorische 138
Fragetechnik 58, 135
Fremdwörter 128

G

Gebietsplanung 29 ff.
Gebietspotenzial 25 ff.
Geffroy, Edgar K. 58
Gefühle, gute 110
Gegenfragen 138
Gesamtbedarfsmenge 99
Gesamtumsatz 34
Gesamtumsatzplanung 30
Geschäftschancen 289
Gesprächsanalyse 118
Gesprächsaufbau, strategischer 100 ff.
Gesprächsaufhänger 108 f.
Gesprächsbeginn 104 ff.
Gesprächseröffnung 108, 125, 141, 295
Gesprächsführung 376
Gesprächsklima, positives 345
Gesprächspartner 93, 100, 102
Gesprächsstil 130
Gesprächsstrategie 101 ff.
Gesprächstermin 278
Gesprächsterritorium 118
Gesprächsvorbereitung 91 ff., 97
Gesprächsziel 91, 103
Gestik 219
Gewinn 212, 289, 316
Gewinn, beiderseitiger 91
Gewinnerhöhung 235
Glaubwürdigkeit 4, 8, 12, 199
Gnuschke, Ehrenfried 100
GPS-Navigationssystem 65
Großabnehmer 61
Großkunden 287, 351

Großkunden, Bearbeitungsstrategien 354
Großkunden, Beziehungspflege 360

H

Handlungsmotive 111
Hauptkonkurrenten 80
Hauptstraßen-Methode 64
Hirnforschung 91, 105, 107
Holzheu, Harry 104

I

Ideen 16
Informationsfragen 139
Informationsgewinnung 388
Informationslieferanten 302
Informationspotenzial 47
Infotainment 132
Innendienst 59, 62
Innovationslieferant 302
Interessenqualifizierung 278
Interessensignale 223
Interessenten 74
Internet 92, 93, 275
Investitionskunden 243
Isolationsfragen 104, 140
Ist-Umsatz 34

J

Jahresarbeitszeit 27
Jahresendgeschäft 252
Jahresendspurt 253 ff.
Jahresgespräche 351, 363 ff.
Jahresleistungsanalyse 362, 393
Jahresplanung 382 ff.

K

Kaltbesuche 281 f.
KAUB 101
Kaufappelle 129
Kaufbereitschaft 101, 169
Kaufbremsen 176 f.
Kaufentscheidung 73, 74, 78, 92, 316
Kaufentscheidungsprozess 369
Kaufinteressenten 72
Kaufmotive 94, 111, 112, 332
Kaufmotiv, entscheidendes 118 f.
Kaufphasen 73
Kaufprozess 75
Kaufzyklus 70, 75
Kennzahlen 394 ff.
Kennzahlen, besuchsbezogene 398
Kennzahlen, umsatzbezogene 395

Kernstreckenverfahren 63
Key-Account-Konzeption 352 ff.
Key-Account-Management 351 ff.
Koinecke, Jan 114
Koinecke, Jürgen 114
Kompetenz, emotionale 123
Kompetenz, kommunikative 108
Komplimente 131
Konflikt 229 ff.
Konfliktsituation 229, 231
Konkurrenz 288, 290
Konkurrenzbeobachtung 80 ff.
Konkurrenzkunden 289 ff.
Konkurrenzprodukte 80, 81
Konkurrenzunternehmen 81
Konsequenz 12
Konsolidierungskunden 354
Kontaktanbahnung 287, 288
Kontaktpflege 342
Kontaktphase 102
Kontakttiefe 121
Kontrollfragen 141, 390 ff.
Körperhaltung 218
Körpersignale 217 ff.
Körpersprache 106, 217, 225, 232
Kreativität 13 ff.
Kunden, unzufriedene 341 ff.
Kunden, zahlungsfaule 260
Kunden, zahlungsunwillige 257
Kundenadressen 265
Kundenansprache, emotionale 130 f.
Kundenattacke 232, 234
Kundenattraktivität 242, 355
Kundenbedürfnisse 116
Kundenbestellrhythmus 61
Kundenbesuch 49, 50, 387
Kundenbewertung 43, 45
Kundenbewertungsmatrix 241 ff.
Kundenbeziehung 328, 332, 337
Kundenbindung 274, 321 ff., 324, 332
Kundenbindung, Maßnahmen 328
Kundendatenbank 67, 98
Kundendeckungsbeitrag 359
Kundenerfolgssteigerung 303 f.
Kundenerwartungen 339 ff.
Kundengespräch 387
Kundengruppe 32, 51
Kundenintegration 360
Kundenkapitalwert 48 f.
Kundenkategorien 29, 33, 353
Kundenklasse 60
Kundenklassifikation 52, 60
Kundenmanagementsysteme 76
Kundennutzen 95, 208
Kundenorientierung 123, 360, 361
Kundenportfolio 27, 355
Kundenportfolioanalyse 240

Kundenportfolio-Matrix 242
 Kundenprofitabilität 359f.
 Kundenqualifizierung 388
 Kundenrentabilität 359
 Kundenrückgewinnung 255 ff.
 Kundenschwund 342
 Kundenstamm 50
 Kundentypen 225 ff., 324
 Kundenumfragen 274
 Kundenumsatz-Strukturanalyse 43
 Kundenunternehmen 92
 Kundenversther 289
 Kundenwert 47
 Kundenzufriedenheit 338 ff.

L

Leistungskontrolle 394 ff.
 Leistungsmerkmal 117
 Leistungstest 19 ff.
 Limbisches Verkaufen 105
 Limit-Argumente 73
 LinkedIn 74, 288, 336
 Liquiditätspotenzial 47
 Lösungen 127, 317
 Lösungsangebote 316
 Lösungsgespräch 127
 Lösungsverkauf 307 ff.

M

Marktanteil 37, 81
 Marktattraktivität 355
 Marktziele 26
 Mastergefühl 112
 Mehrwert, emotionaler 121
 Meinungsbildner 92
 Merkmalsvorteile 116
 Messe 293 ff.
 Messegespräche 293
 Messekontakte 298
 Messenachbereitung 298
 Messenachgespräch 297
 Messevorbereitung 293
 Mimik 220
 Mind-Mapping 414
 Misserfolge 392, 393
 Mitbewerber 333
 Multiplikator-Strategie 284 f.

N

Nachlass 204
 Nachfassaktion, telefonische 267
 Navigationssystem 67
 Nebenbei-Technik 172

Networking 282 ff.
 Netzwerk 74, 283
 Netzwerke, soziale 17, 75, 272
 Neukunde 30, 40, 49, 72, 261 ff.
 Neukundenakquisition 275
 Neukundengewinnung 33 ff., 261, 287
 Neukundenplanung 41
 Neukunden, potenzielle 274
 Neukundensuche 264, 289
 Neukunden-Werbesoll 264
 Neuprodukteinführung 159 ff.
 Neurokommunikation 105
 Neurowissenschaft 105
 NLP 130
 Nur-heute-noch-Methode 171
 Nutzen 102, 116, 120
 Nutzenargumentation, kundenorientierte 96
 Nutzenargumente 115, 117, 199
 Nutzenbeweise 121
 Nutzenerwartungen 115
 Nutzenkonzentration 121

O

Order-Pipeline 55

P

Pareto-Gesetz 43
 Persönlichkeitsprofile 226
 Pflug, Karlheinz 105
 Planungsprofi 304 f.
 Point-of-View-Selling 69, 315 ff.
 Potenzialerhebung 38
 Präsentation 8, 76, 142, 179 ff., 186, 192, 389
 Präsentation, Ablauf 184
 Präsentationskonzept 183
 Präsentationsmedien 182
 Präsentationsvorbereitung 179
 Präsentationsziele 181
 Präsentationszielgruppe 179
 Preisanpassung 206
 Preisargumentation 205 ff.
 Preisdemontage 198, 202
 Preiseinwände 198
 Preisformulierung 207
 Preisgespräch 195 ff., 205
 Preisgespräch, Vorbereitung 195
 Preisnachlässe 204
 Preisnennung 199
 Preisnutzen 312
 Preistoleranz 212
 Preisverhandlung 196
 Preiszugeständnisse 212 ff.
 Problembewusstsein 277
 Probleme 113 ff.

Problemkatalog 114
Problemlösung 110, 305
Problemlösungsvorschläge 116
Produktivitätssteigerung 235
Produktmerkmal 116, 117
Produktportfolio 355
Produktüberlegenheit 84
Produktverkauf 307
Produktvorteile 132, 164, 282, 307, 389
Profit-Center 235 ff.
Profit-Center-Manager 235 ff.
Projektgeschäft 313 ff.
Projektkompetenz 308
Projektteam 312
Prozessverkauf 351
Public Relations der Konkurrenz 83
Punkteschlüssel 52
Punktesystem 52

Q

Qualifikationsfragen 295
Qualitätsbeweise 121
QUALITY-Abschluss 173 ff.

R

Rabatte 199, 204, 210, 212
Rabattfalle 196, 205
Rabattspirale 205, 211
Redefiguren 129
Referenzen 212, 269 ff., 275
Referenzlisten 270
Referenzmethode 151
Referenzpotenzial 47
Referenztechnik 171
Reiseplan 65
Reiserouten 64
Reiseroutenplanung, wöchentlich 62
Routenplaner 66
Routineaufträge 61
Rüdenauer, R. A. 101

S

Sandwich-Methode 199
Schlüsseltalente 1 ff.
Schnappauf, Rudolf A. 129
Schnelligkeit 16 ff., 330, 333
Schwächentableau 164
Scoring 48
Scoring-Methode 46 ff.
Sekretärin 276
Selbstdisziplin 1
Selbstkontrolle 387 ff.
Selbstkontrolle, periodische 391

Selbstmanagement 408 ff.
Selbstmotivation 1, 420 f.
Seminare 285
Servicepolitik der Konkurrenz 82
Serviceüberlegenheit 84
Sinnesempfindungen 128
Skontoerhöhung 215
Smalltalk 125
SMART-Regeln 408
SMS 273 f.
Social Media 92, 275, 336
Social-Media-Kanäle 93, 271 ff.
Social Media Monitoring Tools 74
Spitzenverkäufer 1, 10, 13, 19
Sprechtechnik 133 f.
Sprungverfahren 64
Stammkunde 58, 97, 123, 321, 342, 343
Stärkentableau 164
Stressbewältigung 408 ff.
Stressreaktionen 132, 417
Stresssymptome 417
Stress-Tagebuch 418 f.
Suggestionen 127
Sympathie 4, 7, 104, 105, 131

T

Tagesplanung 379 f.
Tagestouren 63, 64
Tätigkeitswörter 127
Teamfähigkeit 18
Teilziele 92
Telefon, zur Neukundengewinnung 275 ff.
Telefonaktionen 280
Telefonverkauf 279 f.
Terminplanung 41
Terminetechnik 58
TEV-Bewertungsschema 45 f.
Thiele, Albert 182
Top-Entscheider 316
Topmanagement 287 ff.
Tourenplan 42
Tourenplanung 41 ff., 58, 62 ff.
Tourenplanungs-Software 66
Training, mentales 106
Travelling Salesman 63
Tricks der Einkäufer 156 ff.
Twitter 74, 273, 275

U

Übernachtungsgrenze 62
Überraschungsfragen 140
Überzeugungskraft 124, 127
Umsatz 31, 72, 132
Umsatzaufteilung 31
Umsatzendspurt 235, 252

Umsatz-Erwartungswert 56
 Umsatzplanung 39 ff.
 Umsatzpotenzial 33, 36, 47
 Umsatzschätzung 54
 Umsatzsteigerung 213, 244 ff., 252
 Umsatzziel 30
 Unterbewusstsein 104

V

Verabschiedung 224
 Verbalisierung, von Einwänden 147
 Vergleichskennziffer 31, 32, 35
 Verhaltensweisen 225
 Verhandlungen 232
 Verhandlungen, festgefahrene 233
 Verhandlungsplan 96, 97
 Verhandlungsposition 96
 Verhandlungsprozess 332
 Verhandlungstechnik 154 ff.
 Verkaufen, multisensorisches 128
 Verkaufsargumente 391
 Verkaufsbezirk 30, 64, 86 ff., 401
 Verkaufschancen 287
 Verkaufsgebiete 25, 26, 30
 Verkaufsgespräch 76, 100, 101, 110, 123, 127,
 132, 143
 Verkaufskonzept 286
 Verkaufsplanung 379 ff.
 Verkaufsprozess 68 ff., 166, 170, 387
 Verkaufspsychologie 217, 225
 Verkaufssprache, wirkungsvolle 123 ff.
 Verkaufsstrategie 226, 301 ff.
 Verkaufsstress reduzieren 419
 Verkaufszeit, aktive 57 ff.
 Verkaufszyklus 69, 71, 74, 308
 Verkaufszyklusplanung 68 ff., 76
 Verkauf, visionärer 315 ff.
 Vertrauen 12, 104, 105, 108, 112, 319
 Vertrauensaufbau 12, 321
 Vertrauensbildung 322
 Vertriebspolitik 82
 Vertriebspolitik der Konkurrenz 82
 Verzögerungsursachen 78
 Visionärer Verkauf 316
 Vision der Zukunft 316
 Visionen 329
 Visualisierung 151
 Vogel, Ingo 105
 Vorteil, besonderer 148
 Vorteilslisten 165

W

Wachstumskunden 92, 354
 Wachstumspotenzial 239
 Wartezeit 58, 60
 Web 2.0 17
 Weiterempfehlung 269
 Wellenlänge, gleiche 108
 Wenn-dann-Technik 171
 Wertanalyse 305 f.
 Wertbewusstsein 196
 Wertgefühl 112
 Wertkranz 197
 Wertorientierung 324 ff.
 Wertorientierungsmatrix 325
 Wertschöpfung 309
 Wertschöpfungskette 196, 310, 351
 Wertschöpfungspartnerschaft 310 ff.
 Wettbewerber 80
 Wettbewerbsvorteile 83 ff.
 W-Fragen 127
 Win-win-Beziehung 310
 Wochenplanung 380 f.
 Wortschatz 124, 128
 Wortwahl 124

X

Xing 272, 288, 336

Z

Zahlungsunfähigkeit 235 ff.
 Zeitkapazität 27 ff.
 Zeitmanagement 408 ff.
 Zeitrentabilität 56, 57
 Zeitschlucker 59
 Zielformulierung 91, 408
 Zielgruppe 283, 307
 Zielgruppenanalyse 263
 Zielkunden 290
 Zuhören 11
 Zuhören, aktives 10 ff., 117
 Zukunftskunden 45
 Zurück-und-vor-Methode 172
 Zusatzleistungen 72
 Zustimmung, bedingte 149
 Zuverlässigkeit 5, 9, 198, 201, 202, 333
 Zuwendung 104, 131