
essentials

Essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. Essentials informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können.

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet.

Essentials: Wissensbausteine aus Wirtschaft und Gesellschaft, Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen, Technik und Naturwissenschaften. Von renommierten Autoren der Verlagsmarken Springer Gabler, Springer VS, Springer Medizin, Springer Spektrum, Springer Vieweg und Springer Psychologie.

Alexander Haas • Nina Stübiger

Erfolgreiche Vertriebsführung

Potenziale und Herausforderungen



Springer Gabler

Prof. Dr. Alexander Haas
Justus-Liebig-Universität Gießen
Deutschland

Dipl.-Sozw. Nina Stübiger
Justus-Liebig-Universität Gießen
Deutschland

ISSN 2197-6708
ISBN 978-3-658-06285-9
DOI 10.1007/978-3-658-06286-6

ISSN 2197-6716 (electronic)
ISBN 978-3-658-06286-6 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2014

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-gabler.de

Vorwort

Dieses Essential basiert auf einem Beitrag, der im Jahr 2013 unter dem Titel „Potenziale und Herausforderungen erfolgreicher Vertriebsführung“ im Herausgeberwerk „Führung von Vertriebsorganisationen“ von Lars Binckebanck, Ann-Kristin Hölter und Alexander Tiffert erschienen ist. Die Autoren des Herausgeberwerks liefern eine hervorragende Mischung aus den drei Perspektiven der Forschung, Beratung und Praxis. Inhaltlich punktet das Buch deshalb insbesondere durch sowohl strategische und koordinationsbezogene Aspekte der Vertriebsführung als auch operative Anleitungen. Es richtet sich damit sowohl an Führungskräfte in Marketing und Vertrieb als auch an Dozenten und Studierende in einem, zumindest aus Sicht der universitären Lehre, eher vernachlässigten Gebiet. Das vorliegende Kapitel über Potenziale und Herausforderungen effektiver Verkaufsführung wurde um weitere erfolgskritische Bereiche ergänzt. Auf Basis aktueller Studienergebnisse wird nun neben den drei Erfolgsfaktoren Managementkompetenzen, Vertriebsprozesse und Führungsstil detailliert auch auf die Unterstützung von Innovationen, Effektive Verkäufer, Erfolgsfaktoren der Führung, Markenorientierte Verkäuferführung und Kundenloyalität eingegangen. Großer Wert wird dabei auch auf die Visualisierung der aktuellen Studienergebnisse gelegt. Wir hoffen, dass wir Ihnen dadurch Impulse aus aktueller wissenschaftlicher Sicht geben und Sie dabei unterstützen können, die Thematik der Vertriebsführung in ihrer Breite zu erschließen. Bei Diskussionswünschen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung (Kontakt: marketing@wirtschaft.uni-giessen.de).

Prof. Dr. Alexander Haas und Nina Stübiger

Inhaltsverzeichnis

1	Bedeutung effektiver Vertriebsführung	1
2	Acht Erfolgsfaktoren der Vertriebsführung	3
2.1	Das richtige Kompetenzprofil	4
2.2	Unterstützung von Innovationen	8
2.3	Effektive Vertriebsprozesse	13
2.4	Effektive Vertriebsmitarbeiter	15
2.5	Erfolgsfaktoren der Führung	18
2.6	Der richtige Führungsstil	22
2.7	Markenorientierte Verkäuferführung	26
2.8	Aufbau von Kundenloyalität	30
3	Zusammenfassung	33
	Literatur	35