

1. Record Nr.	UNINA9910482977303321
Autore	Reusche Uwe
Titolo	Die B2B-Sales-Matrix : Strategische Akquise planen und systematisch umsetzen // von Uwe Reusche, Till Reichert
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-18177-X
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (125 pages)
Disciplina	658.8
Soggetti	Sales management Marketing Sales/Distribution
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Die 4 Phasen erfolgreicher Neukundengewinnung -- Phase 1 – Prework: Selbstanalyse, Fokuswahl, Power Map und Planung -- Phase 2: Client-Relationship-Initiation: Contect, Invest -- Phase 3 – Sales: Verkaufsgespräch, neue Kunden durch Ausschreibungen, Contract -- Phase 4 – After Sales: Fanmanagement -- Controlling der Neukundengewinnung: Forecasting, Optimierungspotenzial, Strategische Analyse, Outsourcing. .
Sommario/riassunto	Dieses Buch liefert ein direkt umsetzbares Modell für die strategische Neukundengewinnung im B2B. Die Autoren erklären systematisch, wie die vier entscheidenden Phasen im Akquiseprozess – Prework, Client-Relationship-Initiation, Sales, After Sales – aussehen müssen, um erfolgreich zu sein. Sie erläutern die unterschiedlichen Herangehensweisen an die Neukundengewinnung und konzentrieren sich dabei auf den effizienten Prozess und die Anwendung in Kundengesprächen. Denn Neukundenakquisition heißt: den Menschen im Gegenüber gewinnen und Ziele erreichen. Alle Tipps sind praxiserprobт, leicht umsetzbar und werden an konkreten Beispielen veranschaulicht. „Das Buch gibt Praktikern eine klare Anleitung und ist ein wertvoller Begleiter für Führungskräfte und Vertriebsmitarbeiter mittelständischer Unternehmen vor und bei Kundenbesuchen.“ Prof. Dr. Ulrich Kreutle, Dozent für Marketing, AKAD Bildungsgesellschaft mbH

Der Inhalt Die vier Phasen erfolgreicher Neukundengewinnung Prework:
Selbstanalyse, Fokuswahl, Power Map Client-Relationship-Initiation:
Contact, Invest Sales: Verkaufsgespräch, Ausschreibungen, Contract
After Sales: Vertrauensausbau, Fanmanagement, Kundenzufriedenheit
Controlling der Neukundengewinnung: Optimierungspotenzial,
Forecasting Implementierung: Strategische Analyse, Outsourcing Die
Autoren Uwe Reusche ist seit 20 Jahren Vertriebs- und
Managementberater und einer der beiden Geschäftsführer von ifsm -
Institut für Sales & Managementberatung mit Sitz in Urbar. Dr. Till
Reichert ist Coach und Business-Trainer. Zudem ist er als
Lehrbeauftragter für Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensberater
tätig.
