

Mario Pufahl

# **Vertriebscontrolling**

So steuern Sie Absatz,  
Umsatz und Gewinn

3., überarbeitete  
und erweiterte Auflage



# Inhaltsverzeichnis

## Vorwort

<b>1</b>	<b>Vertriebscontrolling ist unverzichtbar</b>	<b>9</b>
1.1	Die Aufgaben des Vertriebscontrolling	9
1.1.1	<i>Informationsstrategien entwickeln</i>	11
1.1.2	<i>Entscheidungsrelevante Informationen sammeln</i>	14
1.1.3	<i>Gesammelte Informationen auswerten, aufbereiten und bereitstellen</i>	15
1.2	Das Vertriebscontrolling unterstützt Entscheidungen	18
1.3	Die Restriktionen des Vertriebs in der Entscheidungsfindung	21
<b>2</b>	<b>Vertriebsinformationssysteme (VIS)</b>	<b>29</b>
2.1	Die unterstützende Komponente	29
2.2	Die systematische Informationsgewinnung	32
2.3	Die systematische Informationsauswertung	42
2.4	Die Vorteile einer vertrieblichen Nutzung der systematischen Informationsauswertung in der Praxis	50
<b>3</b>	<b>Strategisches Vertriebscontrolling</b>	<b>53</b>
3.1	Die vorausschauende Komponente	53
3.2	Die Methoden für die richtige Strategie	55
3.2.1	<i>Relative Stärken und Schwächen kennen</i>	55
3.2.2	<i>Märkte einschätzen</i>	59
3.2.3	<i>Kunden analysieren</i>	66
3.2.4	<i>Wettbewerber beurteilen</i>	80
3.2.5	<i>Produkt- und Dienstleistungsangebote positionieren</i>	88
3.2.6	<i>Vertriebsorganisation bewerten und ausrichten</i>	99
3.2.7	<i>Vertriebsprozesse aufnehmen und verbessern</i>	106
3.2.8	<i>Vertriebswege definieren und optimieren</i>	117
3.2.9	<i>Risiken abwägen</i>	132

3.3 Ein Frühwarnsystem definieren und anwenden_____	137
3.4 Die Vertriebsstrategie mittels Balanced Scorecard operationalisieren_____	142
3.4.1 Einführung und Nutzung der Balanced Scorecard in der Vertriebspraxis_____	144
3.4.2 Beispielhafte Kennzahlen zur Nutzung in der Vertriebspraxis_____	148
<b>4 Operatives Vertriebscontrolling_____</b>	<b>159</b>
4.1 Vertriebsplanung - die vorausschauende Komponente_____	159
4.2 Die zurückblickende Komponente_____	161
4.3 Die Blickwinkel des operativen Vertriebscontrolling_____	164
4.3.1 Preiskalkulation_____	166
4.3.2 Vertriebserfolgsrechnungen_____	175
4.3.3 Break-Even-Analyse_____	182
4.3.4 Abweichungsanalyse_____	186
4.3.5 Standardisiertes Verkaufsprojektmanagement_____	194
4.3.6 Systemunterstütztes Vertriebscontrolling_____	203
<b>5 Implementierung des Vertriebscontrolling_____</b>	<b>209</b>
<b>6 Fallstudien_____</b>	<b>215</b>
6.1 Vertriebscontrolling in der Pharmaindustrie_____	215
6.2 Verkaufsgebietsgestaltung anhand des „OPC Hotspot-Konzepts“ - <i>Erich Ringhut</i> _____	218
6.3 Vertriebskonzeption unter Berücksichtigung regionaler Marktpotenziale in der Telekommunikationsbranche - <i>Jens Lottmann</i> _____	227
6.4 Vertriebscontrolling auf der digitalen Landkarte - <i>Nicole Lahr</i> _____	235
6.5 Optimierung des Vertriebscontrollings am Beispiel eines Unternehmens im Telekommunikationsumfeld - <i>Siegfried Schallenmüller und Hans Martin Czermin</i> _____	241
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen_____	251
Literaturverzeichnis_____	254
Der Autor_____	256