

Christian Beiz, Matthias Huckemann, You-Cheong Lee
und Michael Weibel

Sales Excellence Development

Mit der zentralen Verkaufsabteilung zu Spitzenleistungen
im Vertrieb

2018

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Gebrauchsanleitung	V
Verzeichnis der Abbildungen	XII
Kurzer Einstieg	1
1. Zentrale Verantwortliche für Sales Excellence Development	3
1.1 Empirisch gestützte Ergebnisse zu Sales Excellence Development	3
1.2 Sales Excellence Development ist ein aktueller Trend	6
2. Praxisfälle für Sales Excellence Development	9
2.1 Fall 1: ZEISS Microscopy- internationales Sales Excellence Development	11
2.2 Fall 2: Sales Excellence@Festool – Konzeptionell gestützte Trainingsinitiative	26
2.3 Fall 3: Geberit- Integration des Vertriebs nach der Übernahme von Sanitec	35
2.4 Fall 4: B. Braun Melsungen AG (Sparte Hospital Care Deutschland) – Umsetzung im Vertrieb	45
2.5 Fall 5: BEGO – Wachstumsfelder mit einer separaten Außendienstorganisation erobern und integrieren	56
2.6 Fall 6: AXA – from Payer to Partner	68
2.7 Fall 7: Customer Management Excellence bei der thyssenkrupp AG – Steigerung der vertrieblichen Exzellenz im technologiegetriebenen Projektgeschäft	79
2.8 Die Fälle im Vergleich	87
3. Strategie des Unternehmens	91
3.1 Vorgaben der Strategie für den Verkauf	91
3.2 Zusammenspiel von Verkaufsführung und -entwicklung	97
4. Ziele und Aufgaben des Sales Excellence Development	101
4.1 Verkaufsführung	101
4.2 Orientierungslosigkeit der Verkaufsführung?	103
4.3 Ziele des Sales Excellence Development	107
4.4 Positionierung und Organisation	112
4.5 Unternehmensprojekte zur Verkaufsentwicklung	114

5. Hebel für Sales Excellence Development	120
5.1 Hebel im Überblick	120
5.2 Eingriffsmuster in Unternehmen	125
6. Hebel 1: Align Strategy and Sales – Unternehmens- und Verkaufsstrategie abstimmen	129
6.1 Maßnahmen und Akzente	130
6.2 Auf dem Weg zu prioritären Aufgaben im Sales Excellence Development	134
7. Hebel 2: Marketing and Sales Fit – Verkauf unterstützen und Leads qualifizieren	137
7.1 Maßnahmen und Akzente	138
7.2 Kundenprozesse und Lead Management	142
7.3 Prozesse und Momente der Wahrheit im Verkauf	145
8. Hebel 3: Qualify Sales People – Verkäufer für den Erfolg qualifizieren	149
8.1 Maßnahmen und Akzente	150
8.2 Beispiele zur Sales Qualification	158
9. Hebel 4: Share Best Practices in Sales – Know-how im Vertrieb teilen	161
10. Hebel 5: Close to People and Customers – permanenter Dialog mit Verkaufsverantwortlichen	169
11. Hebel 6: Digitalisation, CRM and Sales Methods – Customer Relationship Management und Prozesse zur Kundengewinnung	179
11.1 Maßnahmen und Akzente	180
11.2 Digitalisierung im Verkauf	187
11.3 Customer Relationship Management	194
12. Hebel 7: Sales Metrics and KPIs – Sales Analytics und Controlling bestimmen	199
13. Hebel 8: Sales Performance Management – Sales Excellence im Unternehmen definieren	211
14. Hebel 9: Global Account Management – Globale Kunden (auch) zentral bearbeiten	219

15. Hebel 10: Restructuring Sales and Resources – Verkauf reorganisieren	229
16. Zentralisierung im Verkauf	245
16.1 Länderübergreifende Professionalisierung	250
16.2 Spartenübergreifende Professionalisierung	253
17. Wege zum Sales Excellence Development	257
17.1 Kritische Voraussetzungen und Roadmap für den Erfolg	257
17.2 Kritik der Verkäufer	263
18. Fazit	269
Quellen	274
Stichwortverzeichnis	279
Verkaufsscheck	283
Autoren von Sales Excellence Development	297
Autoren der Praxisfälle	300