

## **A EINLEITUNG UND ÜBERSICHT**

### **B GRUNDLAGEN**

#### 1 Customer Relationship Management

##### 1.1 Inhalt und Ziele

##### 1.2 Customer Integration Management

##### 1.3 Das Konzept des Kundenlebenszyklus

##### 1.4 Dimensionen des Customer Relationship Managements

##### 1.5 Mögliche Risiken des Customer Relationship Managements

##### 1.6 Erfolgskennzahlen für das Customer Relationship Management

#### 2 Begriff und Inhalt des Investitionsgütermarketings

##### 2.1 Produktgeschäft

##### 2.2 Systemgeschäft

##### 2.3 Anlagengeschäft

##### 2.4 Zuliefergeschäft

#### 3 Die Prozessorientierung im Vertrieb

##### 3.1 Der Selling Cycle

##### 3.2 Der Buying Cycle

##### 3.3 Abstimmung von Kunden- und Anbietersicht

#### 4 Perspektiven des Vertriebs

### **C DER VERTRIEBSPROZESS AUS ANBIETERSICHT**

#### 5 Vertriebsstrategie

##### 5.1 Vertriebsziele

##### 5.2 Kundenstrategie

##### 5.3 Marktbearbeitungsstrategien

##### 5.4 Absatzkanäle und Vertriebspartner

##### 5.5 Ressourcenzuteilung

#### 6 Organisation

##### 6.1 Inhalte und Gesamtaufgabe des Vertriebs

##### 6.2 Erfolgsfaktoren der Organisation im Überblick

#### 7 Marktplanung

##### 7.1 Inhalte der Marktplanung

##### 7.2 Erfolgsfaktoren der Marktplanung im Überblick

#### 8 Kundenplanung

##### 8.1 Inhalte der Kundenplanung

##### 8.2 Erfolgsfaktoren der Kundenplanung im Überblick

#### 9 Geschäftsanbahnung

##### 9.1 Inhalte der Geschäftsanbahnung

##### 9.2 Erfolgsfaktoren der Geschäftsanbahnung im Überblick

- 10 Anfragenprüfung
- 10.1 Inhalte der Anfragenprüfung
- 10.2 Erfolgsfaktoren der Anfragenprüfung im Überblick

- 11 Angebotserstellung
- 11.1 Inhalte der Angebotserstellung
- 11.2 Spezielle Aspekte in der Angebotserstellungsphase
- 11.3 Erfolgsfaktoren der Angebotserstellung im Überblick

- 12 Vorklärung
- 12.1 Inhalte der Vorklärung
- 12.2 Spezielle Aspekte in der Vorklärungsphase
- 12.3 Erfolgsfaktoren der Vorklärung im Überblick

- 13 Verhandlung
- 13.1 Inhalte der Verhandlung
- 13.2 Spezielle Aspekte in der Verhandlungsphase
- 13.3 Erfolgsfaktoren der Verhandlung im Überblick

- 14 Auftragsmanagement
- 14.1 Inhalte des Auftragsmanagements
- 14.2 Spezielle Aspekte des Auftragsmanagements
- 14.3 Erfolgsfaktoren des Auftragsmanagements im Überblick

- 15 After-Sales-Betreuung
- 15.1 Inhalte der After-Sales-Betreuung
- 15.2 Erfolgsfaktoren der After-Sales-Betreuung im Überblick

- 16 Vertriebscontrolling
- 16.1 Zielsetzung und Planung
- 16.2 Kontrolle
- 16.3 Koordination und Steuerung

## D DER VERTRIEBSPROZESS AUS KUNDENSICHT

- 17 Beschaffungsstrategie
- 17.1 Produktstrategie
- 17.2 Bezugsstrategien
- 17.3 Informationsmanagement
- 17.4 Lieferantenstrategie
- 17.5 Preis- und Konditionenpolitik

- 18 Organisation
- 18.1 Inhalte und Gesamtaufgabe der Beschaffung
- 18.2 Instrumente der Beschaffungsorganisation im Überblick

- 19 Requirement Management
- 19.1 Inhalte des Requirement Managements
- 19.2 Instrumente des Requirement Managements im Überblick

## 20 Marktanalyse

### 20.1 Inhalte der Marktanalyse

### 20.2 Instrumente der Marktanalyse im Überblick

## 21 Qualifizierung

### 21.1 Inhalte der Qualifizierung

### 21.2 Instrumente der Qualifizierungsphase im Überblick

## 22 Angebotsprüfung

### 22.1 Inhalte der Angebotsprüfung

### 22.2 Instrumente der Angebotsprüfung

## 23 Vorklärung

### 23.1 Inhalte der Vorklärung

### 23.2 Instrumente der Vorklärung im Überblick

## 24 Verhandlung

### 24.1 Inhalte der Verhandlung

### 24.2 Instrumente der Verhandlung im Überblick

## 25 Bestellmanagement

### 25.1 Inhalte des Bestellmanagements

### 25.2 Instrumente des Bestellmanagements im Überblick

## 26 Nutzung

### 26.1 Inhalte der Nutzungsphase

### 26.2 Instrumente der Nutzung im Überblick

## 27 Lieferantenentwicklung

### 27.1 Inhalte der Lieferantenentwicklung

### 27.2 Instrumente der Lieferantenentwicklung im Überblick

## 28 Beschaffungscontrolling

### 28.1 Aufgaben des Beschaffungscontrollings

### 28.2 Instrumente des Beschaffungscontrollings

## **E SCHLUSSBETRACHTUNG**