

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