



MCC

Mastering-ConceptConsult

Fit für die Marktdynamik!



Strategische Vertriebsplanung systematisch entwickeln



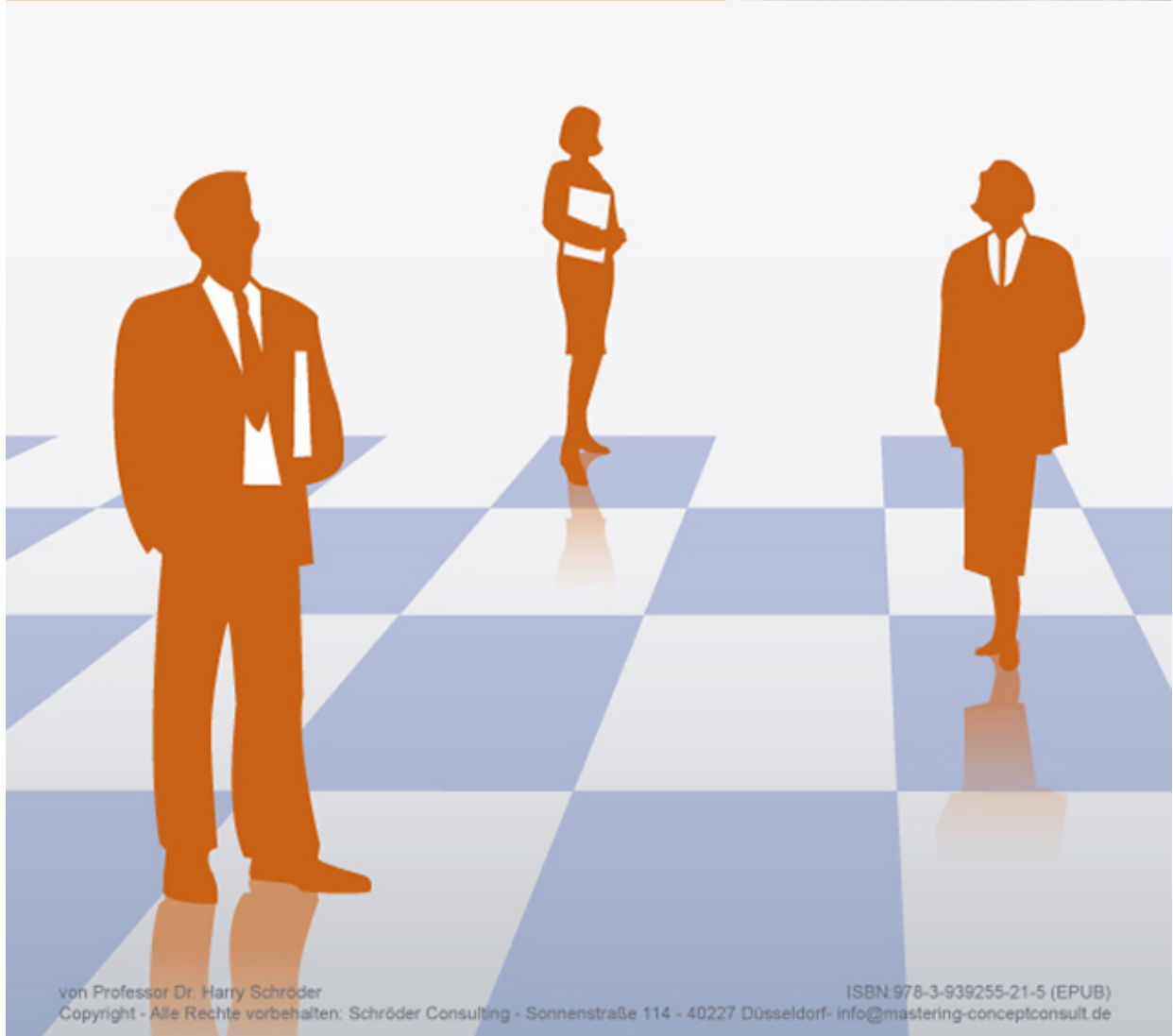
Inhaltsverzeichnis

- 1 VERKNÜPFUNGSPARAMETER Was führt zu einer Verknüpfung von Marketing und dem strategischen Vertrieb?
 - 1.1 Produktlebenszyklen
 - 1.2 Wertschöpfung
 - 1.3 Unternehmenskonzentrationen
 - 1.4 Markentreue
 - 1.5 Kundenbindung
 - 1.6 Netzwerkgestaltung
 - 1.7 Vertriebsproduktivität
- 2 VERTRIEBSSTEUERUNG
- 3 UNTERNEHMENSKOMPETENZ
- 4 IMAGEFAKTOREN
- 5 OBERSTE ZIELGRÖSSEN
- 6 VERTRIEBSLEISTUNGEN
- 7 VERTRIEBSZIELE
- 8 MARKETING-STRATEGIEN
- 9 MARKETING-MIX-STRATEGIEN
- 10 VERTRIEBSSTRATEGIEN
- 11 VERTRIEBSKONZEPTION
 - 11.1 Analyse
 - 11.2 Wettbewerbsvergleich
 - 11.3 Vertriebszielformulierung
 - 11.4 Teilziele
 - 11.5 Vertriebsmaßnahmen
- 12 PROFIT-CENTER
 - 12.1 Profit-Center-Erfolgsrechnung
 - 12.2 Gesamterfolgsrechnung
- 13 AUSSENDIESTSTRATEGIE
- 14 VERTRIEBSINFORMATION



Mastering-ConceptConsult
Fit für die Marktdynamik!

Strategische Vertriebsplanung systematisch entwickeln



von Professor Dr. Harry Schröder
Copyright - Alle Rechte vorbehalten: Schröder Consulting - Sonnenstraße 114 - 40227 Düsseldorf- info@mastering-conceptconsult.de

ISBN:978-3-939255-21-5 (EPUB)

Inhaltsverzeichnis:

1 VERKNÜPFUNGSPARAMETER

- 1.1 Produktlebenszyklen
- 1.2 Wertschöpfung
- 1.3 Unternehmenskonzentrationen
- 1.4 Markentreue
- 1.5 Kundenbindung
- 1.6 Netzwerkgestaltung
- 1.7 Vertriebsproduktivität

2 VERTRIEBSSTEUERUNG

3 UNTERNEHMENSKOMPETENZ

4 IMAGEFAKTOREN

5 OBERSTE ZIELGRÖSSEN

6 VERTRIEBSLEISTUNGEN

7 VERTRIEBSZIELE

8 MARKETING-STRATEGIEN

9 MARKETING-MIX-STRATEGIEN

10 VERTRIEBSSTRATEGIEN

11 VERTRIEBSKONZEPTION

- 11.1 Analyse
- 11.2 Wettbewerbsvergleich
- 11.3 Vertriebszielformulierung
- 11.4 Teilziele

11.5 Vertriebsmaßnahmen

12 PROFIT-CENTER

12.1 Profit-Center-Erfolgsrechnung

12.2 Gesamterfolgsrechnung

13 AUSSENDIESTRATEGIE

14 VERTRIEBSINFORMATION

1 VERKNÜPFUNGSPARAMETER

Was führt zu einer Verknüpfung von Marketing und dem strategischen Vertrieb?

Die Parameter des strategischen Vertriebs:

- Verkürzte Produktlebenszyklen
- Erhöhung der Wertschöpfung
- Unternehmenskonzentrationen
- sinkende Markentreue
- langfristige Kundenbindung
- Netzwerkgestaltung und Steigerung der Vertriebsproduktivität