

Themenvorschau Sales Excellence Ausgabe 07.-08.2020

TITELTHEMA | NEUE MÄRKTE – NEUE ZIELGRUPPEN

Erfolgreiche Expansion

Die Voraussetzungen zur Erschließung von Auslandsmärkten erfordern viele Ressourcen. Wenn es darum geht, einen schlagkräftigen Vertrieb auf fremdem Terrain aufzubauen, sind nicht nur viele Formalitäten zu beachten und abzuwickeln – es gilt auch, die richtigen Partner vor Ort zu finden, vorzubereiten und zu integrieren. Und: Wer international erfolgreich sein will, kommt nicht umhin, interkulturelle Besonderheiten zu berücksichtigen.

Interview

mit Nadine Kostroun, Director Product Management IBGM der Framatome GmbH, Erlangen, über Expansionen in neue Märkte, den Aufbau von Vertriebsorganisation im Ausland und die Qualifikations- und Kompetenzanforderungen für Fach- und Führungskräfte.

Herausforderung Nischenmärkte

Wenn deutsche Unternehmen Geschäfte in Nischenmärkte wie zum Beispiel Afrika aufbauen, sind sie oft mit besonderen Erwartungen konfrontiert. Welche vertrieblichen und interkulturellen Kompetenzen sowohl Führungskräfte als auch Mitarbeiter benötigen, um die Herausforderungen zu meistern, wird am Beispiel Ghana beziehungsweise Westafrika dargestellt.

RECHT & STEUERN

Rechtstipp + Vertriebsrecht

TERMINE

Anzeigenschluss: 24.06.2020
 Druckunterlagenschluss: 30.06.2020
 Erscheinungstermin: 15.07.2020

BETRIEBSPRAXIS & FÜHRUNG

Künstliche Intelligenz

Der Beitrag beschreibt, wie KI-basierte Prognosen dem Vertrieb bei der Priorisierung und der richtigen Allokation der Vertriebsressourcen helfen und zeigt, wie intelligente Predictive Analytics-Lösungen in der Markteroberung, Bestandsausschöpfung und -pflege auch in Krisenzeiten.

Pricing in der Krise

Unternehmen stehen seit der Coronakrise unter noch höherem Preis- und Margendruck als vorher. Anstatt vorschnell mit Preissenkungen zu reagieren, gilt es, auf einen Dreiklang zur nachhaltigen Sicherung von Preisen und Margen zu setzen: innovative Preismodelle, Einsatz von Analytics und intelligente Pricing-Softwarelösungen. In dem Beitrag wird dargestellt, wie Unternehmen jetzt handlungsfähig bleiben und gleichzeitig die Pricing-Weichen für die Zukunft stellen.

BRANCHEN & MÄRKTE

Geschäftsmodelle von Handelsvertretungen

Handelsvermittlungen müssen nicht nur im Zuge der Digitalisierung und veränderter Märkte über neue Geschäftsmodelle nachdenken. Die Zukunftsorientierung spielt generell eine große Rolle, etwa im Vertrieb über digitale Plattformen und neue Kundenansprache. Der Beitrag beleuchtet Chancen.

Digitale Kundenakten

Mit einer digitalen Verkaufsakte haben Händler das Rüstzeug, um alle Prozesse und Abläufe im Vertrieb abzubilden und einen ungehinderten Datenfluss zu gewährleisten. Der Beitrag zeigt, wie dies im Automobilhandel mit Mercedes-Benz funktioniert.

SALES & SCIENCE

Beschwerdemanagement im B2B-Bereich

Das Beschwerdemanagement dient Unternehmen dazu, rechtzeitig auf die speziellen Bedürfnisse des Kunden oder anderer Anspruchsgruppen im Falle einer direkten Beschwerde einzugehen. Ziel ist es, frühzeitig Maßnahmen zu ergreifen, um Kunden am Abwandern zu hindern. Eine Studie zeigt, dass in den untersuchten Unternehmen sehr unterschiedlich mit Beschwerden umgegangen wird.

Sales Excellence-Modell für mehr Vertriebs Erfolg

Sales Excellence gewinnt in der Praxis immer mehr an Stellenwert. Der Leiter des Centers für Sales & Retail der Hochschule für Wirtschaft in Zürich, Dr. Jörg Staudacher, beschreibt ein neues Sales-Excellence-Modell, das stärker auf die Transformation und den E-Commerce eingeht und auf einer Befragung von Entscheidungsträgern basiert.

Incentivierung

Wie können Vertriebsleiter ihre Segmentierung als Instrument zur optimalen Incentivierung und Vergütung nutzen? Die Experten von der HKP Group geben im Beitrag Einblicke in die vertriebspezifische Management- und Vergütungspraxis verschiedener Branchen.

Ihr Ansprechpartner



Lisa Sachs
 Media Sales
 +49 (0) 611.7878 179
 lisa.sachs(at)springer.com