

Vertriebsumfrage 2010

Prioritäten in der Vertriebsorganisation

	Wichtigkeit der Themen in den nächsten 3 Jahren	Wert				
		1 = sehr wichtig		5 = nicht wichtig		
		1	2	3	4	5
1	Alleinstellungen definieren und verkaufsbezogen herausstellen					
2	Auf- bzw. Ausbau eines Online-Marketing-Systems zur Leadgenerierung und Kundenbetreuung					
3	Aufbau bzw. Weiterentwicklung des Vertriebskanal Internet (Webshop)					
4	Aufbau einer verkaufswirksamen Innendienstorganisation					
5	Aufbau und Entwicklung von Vertriebsteams					
6	Ausrichtung und Steuerung des Vertriebs entsprechend der Unternehmenspositionierung					
7	Einführung neuer finanzieller Anreizsysteme zur Absatzsteigerung					
8	Einführung von nichtmonetären Incentives					
9	Einführung von vertriebsunterstützender Software (CRM)					
10	Einführung/Verbesserung von Vertriebscontrolling					
11	Einsatz externer Tele-Marketing und/oder Tele-Sales-Dienstleister					
12	Empfehlungsmarketing professionalisieren					
13	Engere Abstimmung zwischen Vertriebs- und Marketingabteilung					
14	Entwicklung einer neuen Preisstrategie					
15	Entwicklung einer Neukundengewinnungs-Strategie					
16	Entwicklung neuer verkaufsfähiger Produkte und Dienstleistungen					
17	Fokussierung auf Stammkunden					
18	Gewinnung neuer Vertriebsmitarbeiter					
19	Kundenbindung durch Kundenmagazine, Newsletter					
20	Neue Marktpotenziale im Ausland erobern					
21	Neue Marktpotenziale im Inland aufspüren und wirksam erobern					
22	Nutzung von E-Learning					
23	Live-Veranstaltungen und Präsentationen im Internet					
24	Trennung von Vertrieb und Marketing					
25	Verbesserung des Fach-Know-hows der Vertriebsmitarbeiter					
26	Verbesserung des Vertriebs-Know-hows der Vertriebsmitarbeiter					
27	Verstärkte Nutzung von Cross-Selling, Up- und Down-Selling					
28	Vertriebsoutsourcing (Einsatz von Verkäufern externer Dienstleister)					
29	Weiterentwicklung der Verkaufsführungskräfte zu Coaches					
30	Wirtschaftlichkeit und Wirkungsgrad des Vertriebs steigern					