
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Teil 1: Lassen Sie sich nicht abhängen!	15
1 Wo ist Ihr Sales-Drive heute?	17
1.1 Drive? Drive!	19
1.1.1 Boxenstopp	20
1.2 Warum Business as usual schon lange nicht mehr ausreicht	23
1.3 Die Sales-Performance-Organisation	33
1.3.1 Das Sales-Performance-Organisations-Modell	33
1.3.2 Boxenstopp	37
1.3.3 Eine erste Standortbestimmung	39
2 Change! Wenn die Pole-Position ins Wanken gerät	59
2.1 Boxenstopp	59
2.2 Die Treiber des Change im Wirtschaftsleben	62
2.2.1 Megatrends – mega-wichtig für Sie?!	63
2.2.2 Unternehmen im Spannungsfeld	67
2.3 Komplex statt kompliziert: die Parameter einer neuen Welt	78
2.4 »Lost in Transition« oder agil erfolgreich?	80
3 Das Unternehmen bewegen – denn der Pokal von heute ist morgen nichts mehr wert	89
3.1 Boxenstopp	90
3.2 Technokraten, Schönwettermanager und Bewahrer: wenn die falschen Leute am Steuer sitzen	95
3.2.1 Der Technokrat	97
3.2.2 Der Kumpel und Schönwettermanager	98
3.2.3 Der Bewahrer und Standardisierer	99

3.3	Sollbruchstelle Vertrieb oder: der Vertrieb gegen den Rest der Welt ..	101
3.3.1	Der Staat im Staate	102
3.3.2	Der Sollbruchstellen-Detektor – fünf Indikatoren für eine Sollbruchstelle im Unternehmen	107
3.3.3	Wo es hingehen muss	112
3.4	Menschen bewegen – mit der Pyramide der logischen Ebenen	114
Teil 2: Die Aufholjagd gewinnen		121
4	Die Doppelspitze – Führung <i>und</i> Sales im Cockpit	123
4.1	Charismatische Chefs sind mehr als die halbe Miete	125
4.2	Botschaften auf den Punkt bringen	126
4.2.1	Die Pyramide der logischen Ebenen – revisited	127
4.2.2	Ihre Unternehmensziele in Topform	128
4.2.3	Ihre Unternehmensziele richtig kommunizieren	130
4.3	Charisma fällt leider nicht vom Himmel	143
4.3.1	Die »Katzen- und Hundekultur« in Organisationen	143
4.3.2	Knallharte Katzen	150
4.3.3	Kuschelige Kumpel (Hunde)	153
4.3.4	Die gelungene Synthese – wie Hund und Katze	154
4.4	Das Erfolgsteam aufsetzen	156
4.4.1	Das optimale »Farbenspiel«	156
4.4.2	Boxenstopp	157
4.4.3	Sichern Sie sich das Sales-Gen!	159
4.5	Das ist ein erster Schritt zur Sales-Performance-Organisation	160
5	Erfolg ist Chefsache!	163
5.1	Das ist Chefsache!	163
5.1.1	Chefsache: Ihr Mindset und grundlegender Kulturansatz	164
5.1.2	Chefsache: Ihr »Führungs-GPS«	167
5.2	Commitment erzeugen – Führen mit Fragen	169
5.2.1	Das Commitment-Dreieck	171
5.2.2	Wenn es trotz Commitment-Gesprächs »hakt«	176
5.2.3	Das ist Chefsache! – die zweite	181
5.3	Boxenstopp	182
5.4	Ihre Glanzleistung – Selbst-Führung tut not	184

6	Das Siegertreppchen im Visier	191
6.1	Freie Fahrt voraus – »Road-Map« statt »Road-Block«	192
6.1.1	Das Gegenteil von gut ist gut gemeint – wie der Zankapfel »Bordsteingespräche« zu einer Sollbruchstelle mit dem Vertrieb führte	193
6.1.2	»Ist« und »Soll« – Ihre individuelle Road-Map zur Sales-Performance Organisation	196
6.2	Erfolgsbeispiel Handel: Aufholen im Wettbewerb	209
6.3	Erfolgsbeispiel Produktion: die Königsklasse	217
Teil 3: Sind Sie bereit für die neue Saison?		223
7	Nach dem Rennen ist vor dem Rennen: sieben Umsetzungs-»Booster« auf dem Weg zur Sales-Performance-Organisation	225
7.1	»Enterprise-Resource-Planning« ist noch keine Sales-Performance! ..	225
7.2	Komplementäre Teams im Vertrieb: »Kunden- und Auftragsjäger« sowie »Kundenbetreuer und -binder«	226
7.3	Mit ValueMatch® mehr Erfolg beim Kunden	229
7.4	»Immer wachsam!« – der ständige Blick nach außen und innen	235
7.5	»Solution Selling« war gestern – jetzt kommt der »Challenger«!	238
7.6	Fokus auf die Zielgruppe – individuelle und innovative Marktmodellierung	240
7.7	Der Vertrieb, das unbekannte Wesen?	242
Schluss		243
Jetzt sind Sie auf Touren!		245
Über den Autor		247
Literatur- und Quellenverzeichnis		249