

Aus unserer Bibliothek



ISB Alexander Dietzel
**Vertriebscontrolling optimieren:
Grundlagen und Praxis**
Springer Gabler, 1. Auflage
Wiesbaden, 2013
196 Seiten, 34,95 €
ISBN: 978-3-8349-3822-0

Kernthese

„Die Effizienz des Vertriebs ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für Unternehmen“

Nutzen für die Praxis

In diesem Werk werden die Grundlagen des Vertriebscontrollings vermittelt, die Aufgaben des Controllers beschrieben und Optimierungsmöglichkeiten im Unternehmen aufgezeigt.

Abstract

Bei der Neugestaltung von Managementprozessen im Vertrieb stellt sich die Frage, welchen Beitrag das Controlling hier leisten kann. Mit diesem Leitfaden werden Grundsätze anhand von Praxisbeispielen, basierend auf realen Unternehmensdaten, beschrieben und auf Verbesserungsmöglichkeiten des Vertriebscontrollings hingewiesen.



Peter Winkelmann
**Vertriebskonzeption und Vertriebs-
steuerung. Die Instrumente des integrierten
Kundenmanagements (CRM)**
Vahlen, 5. Auflage
München, 2012
786 Seiten, 49,80 €
ISBN: 978-3-8006-4264-9

Kernthese

„EDV-Systeme tragen zur erfolgreichen Vertriebskonzeption bei“

Nutzen für die Praxis

In diesem Werk werden die Methoden und Instrumente eines intelligenten Vertriebs beschrieben und praktische Lösungen geliefert zu: Kundengewinnung, Kundenbetreuung und Kundenbindung.

Abstract

Der entscheidende Faktor einer erfolgreichen Vertriebskonzeption ist der Einsatz von EDV-Systemen. Das Werk zeigt, wie sich Vertriebskonzeptionen mithilfe von Datenbanken und CRM-Software in die Praxis umsetzen lassen. Führende Anbieter von CRM- und Geomarketingssystemen bieten hierzu Praxisbeispiele.



Günther Hofbauer, Sabine Bergmann
**Professionelles
Controlling in
Marketing und Vertrieb**
Ein integrierter Ansatz
Mit Kennzahlen und Checklisten
Publicis Publishing, 1. Auflage
Erlangen, 2012
366 Seiten, 49,90 €
ISBN: 978-3-89578-417-0

Kernthese

„Mit den richtigen Checklisten und Kennzahlen funktioniert professionelles Vertriebscontrolling“

Nutzen für die Praxis

Dieses Werk bietet einen integrierten Ansatz für ein gemeinsames Controlling von Marketing und Vertrieb und hilft, den Unternehmenserfolg auf dieser Basis deutlich zu steigern.

Abstract

In diesem Buch sind zahlreiche Tools, Kennzahlen und Checklisten enthalten, die nicht nur für das Controlling selbst, sondern auch für die Marketing- und Vertriebsplanung von Nutzen sind. Die Ausführungen fördern ein ganzheitliches Verständnis der Zusammenhänge und erörtern die Erfolgsdeterminanten in Marketing und Vertrieb.