

Inhaltsverzeichnis

Erster Teil

Marken-Management und Marketing-Management als Erfolgsfaktor	1
Die Implosion des Market-based View <i>FRANK KEUPER</i> (<i>Steinbeis-Hochschule Berlin</i>)	3
STEP – Mit Strategie und Transparenz zu mehr Vertriebserfolg <i>MARTIN SONNENSCHNEIDER, HAGEN GÖTZ HASTENTEUFEL</i> und <i>FLORIAN DICKGREBER</i> (<i>A.T. Kearney</i>)	47
4010 – Ein Point-of-Sales-Konzept für die junge Zielgruppe am Beispiel der Deutschen Telekom AG <i>IRA SCHOMAKER, MICHAEL ERNER und MARCUS BERLIN</i> (<i>Telekom Shop Vertriebsgesellschaft, Deutsche Telekom Laboratories</i> und <i>Technische Universität Berlin</i>)	71
Markenprofilierung durch wertorientierte Retail-Marketing- und Service-Konzepte am Beispiel der Loewe AG <i>THORSTEN BALD und HENRIK RUTENBECK</i> (<i>Loewe AG</i>)	89
Vertrieb und Marketing von Finanzdienstleistungen aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive <i>MARTIN STROBEL und STEPHAN WEINGARZ</i> (<i>Akademie Deutscher Genossenschaften</i>)	115

Zweiter Teil

Sales Management als Erfolgsfaktor **133**

Vertriebsherausforderungen im regulierten Markt
der Gesetzlichen Krankenversicherungen **135**
MARKUS DEUTSCH UND RENÉ HANS
(*TellSell Consulting*)

Channel Mix in der Telekommunikation – Renaissance des POS? **151**
CHRISTOPH HÜNING und STEPHAN KÖHLER
(*Lischke Consulting*)

Prädiktoren der Preisbereitschaft von Kunden –
Status-quo der aktuellen Sales- und Service-Forschung **169**
JAN WIESEKE und TILL HAUMANN
(*Ruhr-Universität Bochum*)

Dritter Teil

Service Management als Erfolgsfaktor **207**

Service als Erfolgsfaktor in der TIME-Branche **209**
BERNHARD HOGENSCHURZ, FRANK KEUPER und ARNE KOCH
(*Deutsche Telekom, Steinbeis-Hochschule Berlin*
und *Technische Universität Braunschweig*)

Neue Chancen im Service Management durch Sprachbiometrie **233**
FRANK BAUMGÄRTNER
(*TellSell Consulting*)

Service Management als Erfolgsfaktor von Offshoring
und Internationalisierung der IT 259
CARSTEN VON GLAHN
(*Siemens*)

Service Excellence – Vom Know-how zum Do-how 283
BERNWARD MÖNCH und *MARKUS GOLLER*
(*TMI Training und Consulting*)

Vierter Teil

Controlling und IT-Management als Erfolgsfaktoren 309

Variable Vergütung und Performance Management im Vertrieb 311
ALEXANDRA ZIGIC und *JENS UWE KRÄMER*
(*T-Mobile Austria* und *Deutsche Telekom*)

Value-based Selling als kundenwertorientierter Verkaufsansatz 343
BERND EGGERS und *SEBASTIAN HOLLMANN*
(*EGGERS & PARTNER Management Consultants*)

Kooperationen zwischen Markenartikelindustrie und
Lebensmitteleinzelhandel zur Optimierung der Wertschöpfungskette –
Konzepte, Status-quo und Perspektiven 363
MARTIN GRÜNBLATT
(*Electronic Arts*)

Enterprise 2.0 im Management – Frischzellenkur für Sales & Services 405
WILLMS BUHSE
(*doubleYUU*)

Fünfter Teil**Personalmanagement als Erfolgsfaktor 419**

Bologna@Telekom – Ein Beispiel für die Multioptionalität
des Studierens 421

MARKUS LECKE

(Deutsche Telekom)

Bologna@Telekom – Berufsbegleitende Sales-&-Service-
Studiengänge der Telekom Shop Vertriebsgesellschaft 435

FRANK KEUPER, GITTA HANNIG und KLAUS RIELÄNDER

*(Steinbeis-Hochschule Berlin und
Telekom Shop Vertriebsgesellschaft)*

Business School Telekom Vertrieb – Erfolgsfaktor Know-how:
Moderne Verkäuferqualifizierung nach akademischem Vorbild
– auch ohne Abitur 445

MATTHIAS SAKOWSKI

(Deutsche Telekom)

Entwicklung der Mitarbeiterzufriedenheit als Einflussfaktor
auf die Kundenzufriedenheit 467

GITTA HANNIG und FRANZ KRUMM

(Telekom Shop Vertriebsgesellschaft)

Reorganisation des Vertriebs – Change-Management-Perspektiven 501

SABINE SCHWARZ

(BearingPoint. Management & Technology Consultants)

Autorenverzeichnis 537**Stichwortverzeichnis 545**