

(Free read ebook) Konzept eines Vertriebscontrolling fuuml;r die Firma XY (German Edition)

Konzept eines Vertriebscontrolling fuuml;r die Firma XY (German Edition)

Sven Freimark

*DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

2007-03-10 2007-03-10 File Name: B01M092X3P | File size: 46.Mb

Sven Freimark : Konzept eines Vertriebscontrolling fuuml;r die Firma XY (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Konzept eines Vertriebscontrolling fuuml;r die Firma XY (German Edition):

Diplomarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich BWL - Controlling, Note: 1,7, Fachhochschule der Wirtschaft Paderborn, 23 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Zu Beginn des letzten Jahrhunderts konnte jedes Produkt in groszlig;en Mengen produziert und abgesetzt werden. Wenigen Anbietern stand eine groszlig;e

Anzahl von Konsumenten gegenüber. Im Laufe der Zeit wuchs die Anzahl der Unternehmen und folglich auch die Zahl der angebotenen Produkte. Der Wettbewerb verstärkte sich. Der konventionelle Verkaufsermarkt entwickelte sich zu einem Käufermarkt, in dem die Nachfrage das Produktangebot bestimmt. Im Konkurrenzkampf der Unternehmen gewinnt dasjenige, welches Produkte mit dem attraktivsten Preis-Leistungsverhältnis und dem höchsten Zusatznutzen anbietet. Nach Porter können Unternehmen unter diesen Umständen nur sein, wenn es ihnen gelingt, sich zu differenzieren, zu konzentrieren oder profitabel. Doch dies alleine reicht in der jüngsten Vergangenheit ihre Kosten zu minimieren nicht mehr aus. Um heute die Unternehmensstrategie langfristig erfolgreich zu gestalten, ist die Ausrichtung der gesamten Supply-Chain des Unternehmens auf die Kunden und deren Wünsche von größter Bedeutung. Die Integration des Customer-Relationship-Management wird zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Unternehmenspolitik. Dabei stellt sich dem Management die Frage, wie Kundennähe erzeugt, somit Kunden gewonnen und wie sie langfristig und gleichzeitig profitabel an das Unternehmen, welches die Anforderungen der Unternehmen gebunden werden. Kunden in Kombination mit einem wettbewerbsfähigen Produkt und Service exakt und am schnellsten umgesetzt, verfügt über einen wesentlichen Erfolgsfaktor. Auf Grund dieser Rahmenbedingungen ist es für viele Unternehmen unabdingbar geworden, ihre Controllingaktivitäten zu intensivieren. Durch die wachsende Komplexität und Dynamik der Unternehmenswelt kommt dem Vertrieb als Schnittstelle zwischen Unternehmen und Kunden eine bedeutende Rolle für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu. Die Tatsache, dass dieser Erfolg zunehmend stärker von effizienten Vertriebsaktivitäten abhängt, setzt eine ergebnisorientierte Planung, Steuerung und Kontrolle des Vertriebs voraus. Durch die Integration von Controllingaktivitäten in den Vertrieb mittels Vertriebscontrolling wird dieser Anforderung gerecht.