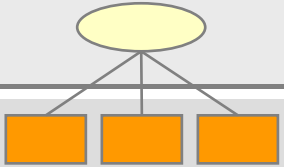
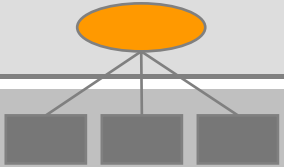
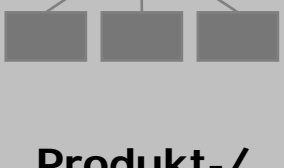


## Vertrieb - Vertrieb in den unterschiedlichen Geschäftsarten

<p><b>Individual- geschäfte</b></p> 	Einfluss auf die Geschäftsergebnisse	Prozess-innovator	Auf allen Ebenen	Markt-macher	Neue Art von Lösungen, um Wettbewerbsvorteil von Kunden auszubauen	Steigerung des eigenen und des Kundenprofits
<p><b>Projekt- geschäfte</b></p> 	Lösungen für Kundenanforderungen	Lösungs-anbieter	Funktions-/Geschäftsbereiche	Differenzierung zur Vermeidung „Commodity-Produkt“	Produkt- und Service-lösungen auf Kundenbedürfnisse	Verständnis der Kundenbedürfnisse
<p><b>Produkt-/ Komponenten- geschäfte</b></p> 	Beste Produkte	Produkt-experten	Limitierte Kontakte (z.B. nur für den Einkauf)	Ressourcen/ Forschung und Entwicklung	Beste Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen	Hervorragende Produkte und / oder Kostenführerschaft
Quelle: Schusser, Storbacka	<b>Verkaufs-argument</b>	<b>Verkaufs-profil</b>	<b>Kunden-kontakte</b>	<b>Voraus-setzung</b>	<b>Angebote</b>	<b>Erfolgs-faktor</b>