

Die Kernbereiche der Vertriebspolitik

Die Vertriebspolitik ist grundsätzlich für alle Aktivitäten und Maßnahmen zuständig, die ein Produkt oder eine Dienstleistung auf dem Weg vom Anbieter zum Kunden begleiten.

Während das Marketing dafür sorgt, dass das Angebot bekannt wird und ein potenzieller Kunde davon erfährt, stellt der Vertrieb also sicher, dass das Angebot den Kunden erreicht.

Dabei gliedert sich die Vertriebspolitik im Wesentlichen in drei Hauptbereiche:

Vertriebspolitik		
Akquisitorische Distribution	Physische Distribution	Vertriebskompetenzen
In diesen Bereich gehören die Gestaltung, Steuerung und Kontrolle der Vertriebsprozesse. Diese beinhalten die Entwicklung und Umsetzung der Vertriebsstrategie, die Wahl und Ausgestaltung von Vertriebswegen, Vertriebskanälen und Vertriebspartnern sowie die Gewinnung von Neukunden, die Bindung von Stammkunden und die Rückgewinnung ehemaliger Kunden. Die akquisitorische Distribution ist somit dafür zuständig, dass Produkte verkauft und Erlöse erzielt werden.	Die Vertriebslogistik gestaltet, steuert und kontrolliert alle Prozesse, die notwendig sind, damit die Produkte oder Dienstleistungen den Kunden erreichen. Sie steht somit als Bindeglied zwischen dem Anbieter und dem Abnehmer und ist auf die Belieferung und Versorgung des Marktes ausgerichtet.	In den Bereich der Vertriebspolitik gehört auch, Mitarbeiter und Führungskräfte im Vertrieb so auszuwählen und zu qualifizieren, dass die Vertriebsprozesse im Sinne der Vertriebsziele und der übergeordneten Unternehmensziele umgesetzt werden können.