

Verbreitete Irrtümer zum Vertriebskanal-Mix

Verbreitete Ansicht	und warum sie gefährlich sein kann
je mehr Vertriebskanäle, desto besser	jeder Vertriebskanal kostet Geld.
Key Accounts bestellen nur über ihren Key Account Manager	gerade in großen Unternehmen werden die vereinbarten Kanäle nicht mmer eingehalten
Vertriebskanäle müssen überschneidungsfrei sein	eine 100 % klare Trennung verschenkt immer Potenziale
Kunden halten sich an die vorgesehenen Vertriebskanäle	Kunden kann man nicht erziehen
Konkurrenz im eigenen Hause ist immer schädlich	lieber Konkurrenz im eigenen Haus (zu vertretbaren Kosten) als mit externen Unternehmen
wir haben vor einigen Jahren unsere Vertriebskanäle optimiert, das reicht erst mal	gerade in jüngster Zeit sind viele neue potenzielle Vertriebskanäle entstanden
Vertriebskanal-Mix ist nur im B2C Bereich ein Thema	Generell muss ich meine Kunden da abholen, wo sie sich informieren wollen und darf keine künstlichen Grenzen setzen
Partnervertrieb und Direktvertrieb zusammen gibt immer Probleme.	Stimmt. Aber Probleme bedeuten nicht automatisch weniger Umsatz.
Meine Vertriebskanäle sind völlig voneinander getrennt, eine Abstimmung ist nicht notwendig	Kann funktionieren, kann aber auch Synergien verpassen
Das Key Account Management ist die höchstwertige Stufe im Vertrieb	Vorsicht mit Klassengesellschaften. Meistens liefern die kleinen Kunden das bessere Ergebnis.
dauernde Umorganisationen im Vertrieb erzeugen nur Unruhe	Stillstand ist Rückschritt, gerade im Vertrieb