

[Ebook free] Vertrieb im B2B-Bereich für KMU. Herausforderungen im internationalen Vertrieb (German Edition)

Vertrieb im B2B-Bereich für KMU. Herausforderungen im internationalen Vertrieb (German Edition)

Armin Schnürer

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



[Download](#)

[Read Online](#)

2013-08-12 2013-08-12 File Name: B00VSG97OA | File size: 62.Mb

Armin Schnürer : Vertrieb im B2B-Bereich für KMU. Herausforderungen im internationalen Vertrieb (German Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Vertrieb im B2B-Bereich für KMU. Herausforderungen im internationalen Vertrieb (German Edition):

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2013 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 3, FH Osnabrück Studienbetriebs GmbH - Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Technik/Umweltwissenschaften (Fakultät für Management), Sprache: Deutsch, Abstract:

Internationalisierung wird für eine Vielzahl an Unternehmen zunehmend zu einem der wesentlichsten Erfolgsfaktoren, um die Wettbewerbsfähigkeit aufrecht erhalten zu können. Insbesondere im B2B-Bereich ist diese Internationalisierung bereits Teil des Geschäftes geworden. Betrachtet man die Exportzahlen, so zeigt sich vor allem in den letzten Jahrzehnten ein enormes Wachstum im internationalen Geschäft, welches insbesondere die Klein- und Mittelunternehmen betrifft. Dieser zunehmende Druck erfordert eine internationale Ausrichtung des Vertriebes: Auslandsmärkte dienen der Erreichung von stetig steigenden Absatzvorgaben, und die Öffnung der Marktgrenzen verschafft heimischen Unternehmen vermehrt Konkurrenz aus ausländischen Märkten. Grundsätzlich gelten die vertrieblichen Grundlagen, die in der Literatur zu finden sind, sowohl für den nationalen Vertrieb, als auch den internationalen Vertrieb. Der internationale Vertrieb bringt jedoch eine Komplexitätserschwerung der vertrieblichen Aktivitäten und Aufgaben mit sich, welche zusätzliche Herausforderungen für die Unternehmen erzeugen. Trotz der zunehmenden Notwendigkeit der Internationalisierung, gibt es oftmals große Unwissenheit in Unternehmen, vor allem im Bereich der Herausforderungen im internationalen Vertrieb. Dieses fehlende Wissen oder Bewusstsein, führt unvermeidbar zu unflexiblen und ineffizienten Vertriebssystemen, die langfristig keine Wettbewerbsfähigkeit erzeugen können. Diese Arbeit soll nun jene Besonderheiten aufzeigen, die es für Unternehmen im Bezug auf die Internationalisierung des Vertriebes zu berücksichtigen gilt. Diese Arbeit zeigt, dass der internationale Vertrieb zu einer Komplexitätssteigerung in beinahe allen vertrieblichen Teilbereichen führt und so entsprechend eine Reihe an neuen Herausforderungen für die Unternehmen entstehen. Um langfristigen Erfolg gewährleisten zu können, ist eine Neuausrichtung, oder zumindest eine Anpassung des Vertriebes, in allen Bereichen erforderlich. Nur so kann langfristig die Wettbewerbsfähigkeit gesichert werden.