

Anfragenbewertung im industriellen Anlagengeschäft

Von

Dr. Günther Heger



Technische Universität Darmstadt

Fachbereich 1

Betriebswirtschaftliche Bibliothek

Inventar-Nr.: 49.390

Abstell-Nr.: A 28/589

00169462

Duncker & Humblot · Berlin

Inhaltsverzeichnis

1. Kapitel: Das Problem der Anfragenbewertung im industriellen Anlagengeschäft	1
<i>A. Einführung</i>	1
<i>B. Die Anfragenbewertung als Element der Investitionsgütertransaktion</i>	9
<i>C. Der idealtypische Ablauf der Anfragenbewertung</i>	14
2. Kapitel: Normative Modelle der Anfragenbewertung	22
<i>A. Die Anfragenbewertung in der Literatur</i>	22
I. Checklistenverfahren zur Anfragenbewertung	22
II. Die Anfragenbewertung durch Profilvergleich	24
III. Die Anfragenbewertung auf der Basis von Scoring-Modellen	28
1. Der Aufbau von Scoring-Modellen zur Anfragenbewertung	28
2. Das Wertziffernverfahren zur Anfragenbewertung	30
IV. Die Anfragenbewertung mittels einer Angebotskosten-Erfolgs-Kennziffer	40
<i>B. Kritik der normativen Perspektive der Anfragenbewertung</i>	43
I. Die normative Sicht des Anfragenbewertungsprozesses im Gegensatz zur realen betrieblichen Anfragenbewertung	43
II. Die Notwendigkeit einer realitätsbezogenen Beschreibung und Erklärung des Anfragenbewertungsverhaltens	45
3. Kapitel: Das organisationale Verkaufsverhalten	48
<i>A. Vorläufer zu einer Theorie des organisationalen Verkaufsverhaltens</i>	48
I. Das organisationale Verkaufsverhalten als Teilbereich der Forschung zum Investitionsgüter-Marketing	48
II. Ansätze zum Personal Selling	49
III. Organisationsbezogene Ansätze	52
IV. Entscheidungsbezogene Ansätze	52
<i>B. Die Konzeption des Selling Centers</i>	55
I. Der Begriff des Selling Centers	55
II. Ansätze zur Operationalisierung des Selling Centers	58

<i>C. Ein theoretischer Bezugsrahmen für die Analyse des Selling Centers</i>	64
I. Das organisationale Verkaufsverhalten als Pendant zum organisationalen Beschaffungsverhalten	64
II. Überlegungen zur Theorieauswahl für die Formulierung eines Bezugsrahmens für die Analyse der Struktur des Selling Centers und des Verhaltens im Selling Center	68
III. Die Struktur des Selling Centers	71
1. Vorgehensweise zur Analyse der Struktur des Selling Centers	71
2. Die Strukturmerkmale des Selling Centers	71
3. Die Situationsvariablen als Determinanten der Selling Center-Struktur	75
4. Der Einfluß der Situationsvariablen auf die Struktur des Selling Centers	81
IV. Das Verhalten im Selling Center	84
1. Eine rollentheoretische Analyse des Verhaltens im Selling Center ...	84
a) Mikro- und Makrorollenanalyse des Selling Centers	84
b) Die Rolle des Repräsentanten im Selling Center	86
c) Die Erfassung von Rollen im Selling Center	90
aa) Das funktionale Rollenkonzept des Selling Centers	90
bb) Das strukturelle Rollenkonzept des Selling Centers	91
2. Konflikte und Macht als Elemente kollektiven Verhaltens im Selling Center	93
a) Konflikt und Macht im Selling Center	93
b) Die Mitwirkungsanalyse im Selling Center	97
3. Das individuelle Verhalten im Selling Center	101
4. Kapitel: Ein Modell des Anfragenbewertungsverhaltens im industriellen Anlagengeschäft	104
<i>A. Der Modellaufbau zum Anfragenbewertungsverhalten im industriellen Anlagengeschäft</i>	104
<i>B. Die Struktur des Selling Centers als Determinante des Anfragenbewertungsverhaltens</i>	106
I. Das Selling Center in der Anfragenphase	106
1. Das Anfragenbewertungs-Selling Center	106
2. Interdependenzen der Mitglieder des AB-Selling Centers	107
3. Die Funktionen der multipersonalen Anfragenbewertung	109
II. Die Situationsvariablen als Determinanten der Struktur des AB-Selling Centers	111

<i>C. Der individuelle Entscheidungsprozeß zur Anfragenbewertung</i>	112
I. Der Modellaufbau des individuellen Anfragenbewertungsverhaltens	112
II. Der Einfluß der Ausbildung auf das individuelle Anfragenbewertungsverhalten	114
III. Der kognitive Prozeß der individuellen Anfragenbewertung	117
1. Ansätze der deskriptiven Entscheidungstheorie zur Abbildung des individuellen Anfragenbewertungsverhaltens	117
2. Die individuelle Anfragenbewertung als multiattributiver Beurteilungsprozeß	120
3. Empirische Untersuchung des individuellen Anfragenbewertungsverhaltens	125
<i>D. Der kollektive Entscheidungsprozeß zur Anfragenbewertung</i>	143
I. Formen der kollektiven Anfragenbewertung im AB-Selling Center	143
II. Konflikte im AB-Selling Center	144
III. Empirische Untersuchung des kollektiven Anfragenbewertungsverhaltens	146
5. Kapitel: Die Gestaltung der Anfragenbewertung im industriellen Anlagengeschäft unter Berücksichtigung der realitätsbezogenen Beschreibung und Erklärung des Anfragenbewertungsverhaltens	
153	
<i>A. Vorgehensweise zur Ableitung normativer Aussagen für die Anfragenbewertung</i> ..	153
<i>B. Die Anfragenbewertung zur Gewinnung strategischer Informationen</i>	154
I. Die strategische projektbezogene Anfragenbewertung	154
II. Die Anfragenbewertung zur Gewinnung projektübergreifender strategischer Informationen	157
III. Die Förderung strategischen Denkens bei den Mitgliedern des AB-Selling Centers	159
<i>C. Die Anfragenbewertung zur Gewinnung operativer Informationen</i>	160
I. Die operative Aufgabe der Anfragenbewertung	160
1. Die Anfragenbewertung zur Gewinnung projektbezogener Informationen	160
2. Die Anfragenbewertung zur Gewinnung projektübergreifender Informationen	164
II. Die Berücksichtigung der Anfragenbewertungssituation bei der Formulierung von Modellen zur operativen Anfragenbewertung	165
III. Die Wahl der Modellform für die operative Anfragenbewertung	167
IV. Die Entwicklung eines Verfahrens für die operative Anfragenbewertung	169
<i>D. Zusammenfassung</i>	181