

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	7
Inhaltsverzeichnis .....	9
<b>A. Grundlagen</b> .....	<b>13</b>
1. Die Bedeutung der Kommunikation in der Praxis des Verkaufs .....	13
2. Die Grundvoraussetzungen für erfolgreiches Kommunizieren .....	16
2.1 Positives Denken und Handeln .....	17
2.2 Das Gesetz der sich selbst erfüllenden Prophezeiung .....	18
2.3 Das „Johari-Fenster“ .....	19
2.4 Partnerorientiertes Kommunizieren .....	21
2.5 Konzentration .....	21
2.6 Paraphrasieren und Reflektieren .....	24
3. Regeln der Kommunikation .....	26
4. Formen von Verkaufsgesprächen .....	28
4.1 Verkaufsgespräche für Konsumgüter .....	32
4.2 Verkaufsgespräche für Dienstleistungen .....	34
4.3 Verkaufsgespräche für Investitionsgüter .....	35
Kontrollfragen .....	36
Literatur .....	38
<b>B. Ansätze zur optimalen Gestaltung von Verkaufsgesprächen</b> .....	<b>39</b>
1. Allgemeine Ansätze .....	39
1.1 Der phasenbezogene Ansatz .....	40
1.2 Der Interaktionsansatz .....	45
1.3 Der Dialoggrammatische Ansatz .....	51
1.4 Der problemlösungsbezogene Ansatz .....	54
1.5 Der Analysenansatz .....	61
2. Individuelle Ansätze .....	62
2.1 Der Grid-Ansatz .....	63
2.2 Der transaktionsanalytische Ansatz .....	67
2.3 Die Neuro-linguistische Programmierung (NLP) .....	74
3. Die Beiträge der Ansätze zum Verkaufsgespräch .....	78
Kontrollfragen .....	80
Literatur .....	82
<b>C. Psychologische Bedingungen der Verkaufskommunikation</b> .....	<b>83</b>
1. Kommunikationspsychologie und Verkaufsgesprächsführung .....	83
1.1 Der Verkäufer und sein Verhalten .....	85

1.2 Die Rolle des Verkäufers .....	87
1.3 Die wechselseitige Abhängigkeit der Faktoren .....	90
1.4 Das Erkennen des Käufers .....	91
1.5 Die Käufertypologien .....	94
1.6 Die typenspezifischen Hilfen für den Verkauf .....	95
<b>2. Kaufmotive .....</b>	<b>99</b>
2.1 Der psychoanalytische Ansatz .....	100
2.2 Der lerntheoretische Ansatz .....	101
2.3 Der feldtheoretische Ansatz .....	102
<b>3. Die Gliederung von Motiven .....</b>	<b>102</b>
3.1 Rationale und emotionale Kaufmotive .....	102
<b>4. Das Erkennen der Motive des Gesprächspartners .....</b>	<b>103</b>
<b>Kontrollfragen .....</b>	<b>105</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>107</b>
<b>D. Praxis der Gestaltung von Verkaufsgesprächen .....</b>	<b>109</b>
1. Verkaufsgesprächsstrategie .....	112
2. Verkaufsgesprächstraining .....	114
2.1 Ermittlung der Trainingsbedürfnisse .....	115
2.2 Festlegung des Trainingsinhaltes .....	117
2.3 Trainingsmethoden .....	119
2.3.1 Training on the Job .....	120
2.3.2 Gruppendiskussionen .....	124
2.3.3 Rollenspiele .....	124
2.3.4 Computergestütztes Training .....	125
3. Vorbereitungsphase .....	126
3.1 Hilfsmittel der Verkaufsgesprächsführung .....	126
3.1.1 Bilder .....	126
3.1.2 Videocassetten und Bildplatten .....	127
3.1.3 Sales-folder .....	129
3.1.4 Verkaufshandbücher .....	130
3.2 Vorbereitung von Verkaufsgesprächen .....	134
3.2.1 Gesprächspartner .....	136
3.2.2 Zeitpunkt des Verkaufsgesprächs .....	138
3.2.3 Ort des Verkaufsgesprächs .....	144
3.2.4 Gegenstand des Verkaufsgesprächs .....	145
4. Kontaktphase .....	146
4.1 Verkäufer besucht Käufer .....	147
4.2 Käufer kommt zum Verkäufer .....	148
5. Gesprächseröffnungsphase .....	148
6. Argumentationsphase .....	150
6.1 Gestaltung von Verkaufsgesprächen .....	150

6.1.1	Das Verkaufsgespräch als Informationsprozeß .....	150
6.1.2	Das Verkaufsgespräch als Lernprozeß .....	151
6.1.3	Darstellung der Argumente .....	153
6.1.4	Anzahl und Art der Argumente .....	154
6.1.5	Reihenfolge der Argumente .....	155
6.1.6	Argumentation .....	157
6.1.7	Argumentationsarten .....	160
6.1.8	Argumente in den Verkaufsphasen .....	162
6.1.9	Art des Sprechens .....	166
6.1.10	Einsatzmöglichkeiten von Fragen im Verkaufsgespräch .....	167
6.1.11	Empfehlungen für die Verkaufsgesprächsführung .....	177
× 6.2	Non-verbale Kommunikation im Verkaufsgespräch .....	177
6.2.1	Die Distanz .....	179
6.2.2	Der Blickkontakt .....	180
6.2.3	Die Körperhaltung .....	181
6.2.4	Die Mimik und Gestik .....	184
6.2.5	Die Kleidung .....	186
7.	Einwandbehandlung .....	187
7.1	Verhalten bei Einwänden .....	187
7.2	Einwände und Behandlung .....	189
8.	Abschlußphase .....	192
8.1	Erkennen .....	192
8.2	Abschlußtechniken .....	194
9.	Nachabschlußphase .....	198
	Kontrollfragen .....	201
	Literatur .....	209
<b>E.</b>	<b>Besondere Verkaufsgesprächssituationen</b> .....	<b>211</b>
1.	Telefonverkaufsgespräche .....	211
1.1	Die Situation .....	211
1.2	Das Verhalten am Telefon .....	213
1.3	Das Telefonskript .....	214
1.4	Sonstige Einsatzmöglichkeiten .....	217
1.5	Beispiele .....	218
2.	Messeverkaufsgespräche .....	221
2.1	Die Situation .....	221
2.2	Die Besucheransprache .....	221
3.	Reklamationsgespräche .....	223
3.1	Die Situation .....	223
3.2	Das Vorgehen .....	223
3.3	Das Verhalten .....	224
3.4	Das Ergebnis .....	225

4. Investitionsgüterverkaufsgespräche .....	226
4.1 Die Situation .....	226
4.2 Der Ablauf .....	229
4.3 Die Hilfsmittel .....	238
4.4 Das Vorgehen .....	238
Kontrollfragen .....	240
Literatur .....	243
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>245</b>
<b>Übungsteil</b> .....	<b>249</b>
1: Aspekte einer Botschaft .....	251
2: Paraphrasieren .....	251
3: Reflektieren oder Verbalisieren .....	251
4: Johari-Fenster .....	252
5: Anwendung der Verkaufsformeln I .....	253
6: Verkaufsformeln II .....	253
7: Transaktionsanalyse .....	253
8: Selbsteinschätzung - Fremdeinschätzung .....	254
9: NLP .....	254
10: Checkliste zur Gesprächsvorbereitung von Erstbesuchen .....	255
11: Gesprächseröffnungen .....	255
12: Verkaufsgesprächskontakt .....	256
13: Verkaufsgesprächsanfang .....	256
14: Verkaufsgesprächsstrategie .....	257
15: Schwierigkeiten im Verkaufsgespräch .....	257
16: Darstellungstechniken .....	258
17: Einwandbehandlung .....	258
18: Verkauf von Markensekt an den Lebensmitteleinzelhandel .....	258
19: Entwicklung eines Gesprächsleitfadens für Telefonkontakte .....	259
20: Gesprächseröffnung auf Messen .....	259