

Inhalt	5
Einleitung	7
I. Das Problem der Motivation in Führung und Verkauf	11
1. Der Begriff der Motivation	11
2. Die Grundmotivationen (Grundbedürfnisse) ..	16
3. Die Diagnose der Grundmotivationen	37
4. Führungs- und Verkaufsstrategien als Funktionen der Grundmotivation	47
II. Das Problem der Überzeugung in Führung und Verkauf	57
1. Die Faktoren einer typischen Überzeugungssituation	57
2. Die optimale Beziehung zwischen Führungskraft und Mitarbeiter bzw. zwischen Verkäufer und Kunde	61
3. Die Stufen des Überzeugungsgesprächs in Führung und Verkauf	84
4. Techniken der Überzeugung in Führung und Verkauf	98
5. Zusätzliche Übungen zur Überzeugungspsychologie	107
III. Das Problem der Kreativität in Führung und Verkauf	111
1. Divergierendes und konvergierendes Denken ..	111
2. Übungen zur Steigerung des divergierenden Denkens	118
IV. Schlußwort	127

V. Über den Autor	129
VI. Stichwortverzeichnis	131