

Einleitung	9
I. Das Problem der Motivation in Führung und Verkauf	15
1. Der Begriff der Motivation	17
2. Die Grundmotivationen (Grundbedürfnisse)	21
3. Die Diagnose der Grundmotivationen	36
4. Führungs- und Verkaufsstrategien als Funktionen der Grundmotivation	44
II. Das Problem der Überzeugung in Führung und Verkauf	51
1. Die Faktoren einer typischen Überzeugungssituation	53
2. Die optimale Beziehung zwischen Führungskraft und Mitarbeiter, bzw. zwischen Verkäufer und Kunde	56
3. Die Stufen des Überzeugungsgesprächs in Führung und Verkauf	73
4. Techniken der Überzeugung in Führung und Verkauf	84
5. Zusätzliche Übungen zur Überzeugungspsychologie	91
III. Das Problem der Kreativität in Führung und Verkauf	95
1. Divergierendes und konvergierendes Denken	97
2. Übungen zur Steigerung des divergierenden Denkens	103
IV. Schlußwort	109
V. Über den Autor	113
VI. Stichwortverzeichnis	117