

# Inhalt

Vorwort .....	13
Einleitung .....	15
Danksagungen .....	17
Einführung .....	19
<b>TEIL 1: WIE SICH VERKAUF UND VERTRIEB VERÄNDERT</b>	
Der alte Markt .....	29
Die Kosten des alten Marktes .....	33
Der elektronische Markt .....	37
Der neue Markt .....	41
<b>TEIL 2: DER VERKAUFSPROZESS</b>	
<b>Kapitel 1: Warum Menschen kaufen</b> .....	47
Verschiedene Bedarfsarten .....	49
Bedürfnisse und Wünsche .....	50
Merkmale, Vorteile und Nutzen .....	51
Fertigkeiten auf dem neuen Markt .....	52
Warum Menschen kaufen: Zusammenfassung .....	54
<b>Kapitel 2: Fragen</b> .....	55
Offene und geschlossene Fragen .....	56
Direkte und manipulative Fragen .....	57
Voranstellen und umrahmen .....	58
Polarisieren .....	59
Negative Fragen .....	59

Feststellungen als Fragen formulieren .....	60
Die Antwort anbieten .....	60
Versteckte Annahmen .....	60
Schlüsselfragen stellen .....	61
Informationen bekommen .....	62
Die Frage „warum?“ .....	62
Spezifisch sein .....	63
Klären, was die Kunden meinen .....	65
Vergleiche .....	66
Allgemeine Aussagen .....	67
Möglichkeiten schaffen bei verallgemeinernden Wörtern ...	67
Möglichkeiten schaffen bei Regeln .....	69
Fragen zu Anschlußkäufen .....	70
Wie Fragen gestellt werden .....	71
Fragen abschwächen .....	72
Lange Fragen und Mehrfachfragen .....	73
Fragen: Zusammenfassung .....	74
<b>Kapitel 3: Den Verkaufsprozeß planen</b> .....	76
Ziele setzen .....	78
Ziele in überschaubare Tätigkeiten aufteilen .....	80
Prioritäten setzen .....	84
Sich zu viel aufhalsen .....	87
Erledigen Sie Ihre Aufgaben innerhalb eines Zeitverlaufs .....	88
Zeitlinien .....	88
Wählen Sie Ihre Zeitlinie .....	91
Ihr Verkaufsgebiet organisieren .....	95
Organisation und Planung: Zusammenfassung .....	97
<b>Kapitel 4: Neukunden und Erstkontakte</b> .....	99
Kunden suchen und sondieren .....	101
Eine „Kundenpipeline“ aufbauen .....	103
Den Kundenstamm nutzen .....	104
Empfehlungen .....	104

Erstkontakte .....	105
„Von der Spitze nach unten“ .....	105
„Von der Mitte nach oben“ .....	106
„Von unten nach oben“ .....	107
Suche nach Kunden und erster Kontakt: Zusammenfassung ..	109
<b>Kapitel 5: Das Telefon</b> .....	110
Mit Ihrer Stimme Rapport gewinnen .....	110
Klarheit über den Zweck Ihres Anrufs .....	113
Erstkontakte .....	114
Während des Gesprächs .....	115
Kettenkontakte .....	115
Das Gespräch lenken .....	117
Der Gebrauch unterschiedlicher Perspektiven .....	118
Das Gespräch beenden .....	119
Wie beenden Sie ein Telefongespräch? .....	119
Wann beenden Sie ein Telefongespräch? .....	119
Anschlußgespräche .....	121
Aufzeichnungen .....	122
Sekretariate .....	123
Kundendienst .....	124
Schlechte Nachrichten übermitteln .....	124
Umgang mit Beschwerden .....	125
Das Telefon nutzen: Zusammenfassung .....	126
<b>Kapitel 6: Mit gutem Rapport Beziehungen aufbauen</b> .....	129
Kultureller Rapport .....	130
Sicherheitsbedürfnisse berücksichtigen .....	130
Persönlicher Rapport .....	131
Körpersprache .....	132
Äußere Erscheinung .....	132
Haltung und Bewegung .....	133
Matchen funktioniert – nutzen Sie es gut .....	134
Was Körpersprache bedeutet .....	135

Sprache .....	136
Stimmqualität .....	136
Mitgehen und Führen .....	136
Worte .....	137
Zuhören und zusammenfassend wiederholen .....	139
„Aber“: ein Wort, das vermieden werden sollte .....	141
„Versuchen“: ein Wort, das Sie vermeiden sollten .....	142
Vermeiden Sie Verneinungen .....	143
Rapport: Zusammenfassung .....	144
<b>Kapitel 7: Die Sprache der Kunden sprechen .....</b>	<b>146</b>
Denkweisen .....	147
Zuhören – antworten .....	148
Technische Begriffe und Fachsprache .....	151
Denkweisen und ihre Sprechgeschwindigkeit .....	151
Redewendungen .....	152
Metaphern .....	154
„Greifbarer“ und „nicht greifbarer“ Nutzen .....	156
Die Sprache der Kunden sprechen: Zusammenfassung .....	158
<b>Kapitel 8: Werte, Regeln und Entscheidungsstrategien .....</b>	<b>159</b>
Was will der Kunde? .....	159
Vom Bedarf zur Lösung .....	161
Werte und Kriterien .....	163
Was ist wichtig? .....	163
Regeln, mit Kriterien umzugehen .....	167
Was bedeuten Kriterien für Sie? .....	167
Mitbewerber .....	171
Konkurrenzfirmen .....	171
Entscheidungsstrategien .....	172
Die endgültige Entscheidung treffen .....	173
Augenbewegungen .....	174
Werte und Entscheidungen: Zusammenfassung .....	177

<b>Kapitel 9: Präsentationen</b> .....	179
Der emotionale Zustand .....	179
Gründliche Vorbereitung .....	182
Gute Präsentationsfertigkeiten .....	183
Der Beginn der Präsentation .....	184
Achten Sie auf Ihr Publikum .....	185
Augenkontakt .....	186
Haltung .....	186
Seien Sie spontan .....	187
Was Sie vermeiden sollten .....	188
Offene Fragen .....	189
Verhandeln .....	189
Präsentationen: Zusammenfassung .....	191
<b>Kapitel 10: Kaufabschluß und Kundendienst</b> .....	192
Der Kaufabschluß .....	192
Der richtige Zeitpunkt .....	193
Der Umgang mit Fragen und Einwänden .....	196
Fragen der Kunden .....	196
Einwände .....	197
Der Umgang mit Kritik, Ärger und beleidigenden Bemerkungen .....	202
In einem ressourcenreichen Zustand bleiben .....	202
Die Situation entschärfen .....	203
Der Kundendienst .....	204
Kaufabschluß und Kundendienst: Zusammenfassung .....	207
 <b>TEIL 3: AUF SICH SELBST ACHTEN</b>	
<b>Kapitel 11: Kongruenz</b> .....	211
Gut mit sich selbst umgehen .....	212
Kongruenz .....	214
Ausgeglichenheit im Leben .....	215

<b>Kapitel 12: Ziele setzen: Was wollen Sie?</b> .....	217
Positive Sätze formulieren .....	219
„Wann“, „wo“ und „mit wem“ .....	219
Bedingungen und Konsequenzen .....	220
Die eigenen Ressourcen bewußt machen .....	222
Den Erfolg nachweisen .....	223
Verantwortung übernehmen .....	223
Abschließendes Prüfen .....	225
Ihre Ziele erreichen: Sensibilität und Flexibilität .....	226
Verschiedene Blickwinkel einnehmen .....	227
<b>Kapitel 13: Werte: Was ist wichtig?</b> .....	229
Geld .....	230
Die Hierarchie der Werte .....	231
Was ist Ihnen an Ihrem Beruf am wichtigsten? .....	232
Regeln finden .....	234
Nutzen und Werte .....	235
<b>Kapitel 14: Motivation und Arbeitsstil</b> .....	238
Zuckerbrot und Peitsche .....	238
Der Diktator und die Sirene .....	239
„Etwas tun“ und „etwas getan haben“ .....	241
Arbeitsstile .....	241
„Proaktiv“ – „Reaktiv“ .....	242
„Hin zu“ – „Weg von“ .....	243
„Allgemein“ – „Spezifisch“ .....	245
„Optionen“ – „Vorgehensweisen“ .....	246
„Innenorientiert“ – „Außenorientiert“ .....	247
„Gemeinsamkeiten“ – „Unterschiede“ .....	248
„Unabhängigkeit“ – „Nähe“ – „Kooperation“ .....	249
<b>Kapitel 15: Sich mental vorbereiten</b> .....	251
Auf Kongruenz achten .....	251
Vorbereitung für Besprechungen .....	253

Mentales Üben für den Erfolg .....	254
Für einen guten emotionalen Zustand sorgen .....	257
Mentale Einsatzbesprechung .....	261
Entwicklungspläne .....	262

#### **TEIL 4: VERKAUFSMANAGEMENT**

<b>Kapitel 16: Führen und Leiten</b> .....	267
Die Führung übernehmen .....	269
Glaubenssätze .....	270
Motivation .....	272
<b>Kapitel 17: Die logischen Ebenen im Management</b> .....	277
Die logischen Ebenen im Management .....	278
Weiterbildung .....	282
Modellieren .....	283
<b>Kapitel 18: Coaching und Besprechungen</b> .....	287
Coaching .....	287
Kritik .....	289
Besprechungen .....	291
Delegieren .....	293
Gemeinsame Kundenbesuche .....	294
<b>Kapitel 19: Entwicklung und Lernen in Organisationen</b> ...	297
Veränderung und Stabilität .....	297
Ein faires Belohnungssystem .....	298
Die Lernende Organisation .....	299
Veränderungen managen .....	301

#### **TEIL 5: PRAKTISCHE UMSETZUNG**

<b>Fertigkeiten für den neuen Markt</b> .....	307
Eine kleine Vorwarnung .....	308
I. Ihre gegenwärtige Situation .....	309

II.	Ihr Produkt .....	311
III.	Das Telefon .....	313
IV.	Ihre Arbeit organisieren .....	315
V.	Rapport .....	316
	Körpersprache .....	316
	Stimmqualität .....	317
	Die Sprache der Kunden sprechen .....	317
	Augenbewegungen .....	319
VI.	Die Ziele, Werte und Entscheidungen der Kunden .....	321
VII.	Backtracking (Rückblickend das Gespräch wiederholen) .....	322
VIII.	Verschiedene Blickwinkel einnehmen .....	323
IX.	Besprechungen .....	324
X.	Kongruenz .....	325
XI.	Übung zur beruflichen Orientierung .....	326

## TEIL 6: ANHANG

Literaturverzeichnis .....	333
Glossar .....	335
Beratung für Firmen sowie Schulungsangebote .....	346
Die Autoren .....	348