

Inhaltsverzeichnis

Psychologische Verkaufstaktiken	9
Wichtige neuro-linguistische Fachausdrücke	17
Mehr Manipulation im Verkauf ?	19
Die Sinnestypen	23
– <i>Vorgangswörter</i>	29
– <i>Liste häufiger Vorgangswörter</i>	30
– <i>Der verkehrte Kanal</i>	35
System der Wiedergabe von Gedanken und Gefühlen .	39
– <i>Einzelbeobachtungen</i>	44
Widersprüche in der Physiognomie	53
Die grobsinnliche Körpersprache	59
Kontakt oder Rapport ?	67
– <i>Maßnahmen zum Aufbau von Rapport</i>	69
– <i>Rapportkiller und Rapportförderer</i>	76
– <i>Wiederherstellung von Rapport nach einer Unterbrechung</i>	87
– <i>Weitere Fragen zum Rapport</i>	93
Rapport am Telefon	99
Noch mehr Rapport durch die Ja-Technik	105
Der Ersteindruck	113

Übertragungen	117
Mißverständnisse durch sprachliche Kommunikation .	129
Suggestive Sprachmuster	145
Kaufstrategien des Kunden erkennen	153
– <i>Das Einschalten von Hilfspersonen</i>	158
– <i>Die indirekte Frage nach der Entscheidungsstrategie</i> .	160
Das Informationsbedürfnis des Kunden – eine Kundentypologie	171
Die Pawlowsche Konditionierung	185
Bedarfsermittlung durch Einwandbehandlung	195
– <i>Bewußte, vorbewußte und unbewußte Einwände</i> . . .	199
– <i>Wege zu einer erfolgreichen Einwandbehandlung</i> . .	203
Das ideale Verkaufsumbiente	215
Das Angebot	221
– <i>Die optimale Gestaltung des Angebots</i>	229
Nachbearbeitung	233
Positiv konditionierende Reize für den Verkäufer . . .	237
Literaturverzeichnis	241
Stichwortverzeichnis	243