

Inhaltsverzeichnis	Seite
Vorwort	5
1 Die Stellung des Verkaufs im Marketing	9
1.1 Begriffsvielfalt kann nützlich sein	10
1.2 Was Marketing vermag und nicht vermag	13
1.3 Der Verkauf in Marketing-Modellen	16
1.3.1 Marketing als Kreislauf	17
1.3.2 Marketing als Schema	18
1.3.3 Marketing als Konzept	21
1.3.4 Marketingplanung	22
1.3.5 Modell des Marketingablaufs	26
1.4 Marketing als Organisationsauftrag	28
1.5 Verkauf und Beschaffungsmarketing	32
1.6 Marketing-Information	34
1.7 Marketingwissen und Verkaufserfolg	40
1.8 Verkauf im Marketing-Mix	51
2 Verkauforientierte Unternehmensführung	59
2.1 Unternehmensführung als geistiger Vorgang	59
2.2 Wirkungsbereich der Unternehmensführung	61
2.3 Verkaufsbezogene Ausrichtung der Unternehmensführung	63
2.4 Gewinnung und Erhaltung von Abnehmern	65
2.5 Behauptung gegenüber der Konkurrenz	68
2.6 Erbringung marktgerechter Leistungen	72
2.7 Verkaufsorientierung als logische Folge	75
3 Grundzüge der Verkaufspsychologie	76
3.1 Der Verkauf als psychologisches Phänomen	76
3.1.1 Psychologische Wirkungen des Angebots	79
3.1.2 Psychologische Aspekte des Käuferverhaltens	81
3.2 Persönlichkeitspsychologie und Verkaufserfolg	83
3.2.1 Persönlichkeitstheorien und Verkauf	83
3.2.2 Persönlichkeitseigenschaften und Verkauf	85
3.2.3 Persönlichkeitspsychologie und Verkaufsschulung	90
3.3 Gute zwischenmenschliche Beziehungen als wichtige Voraussetzung für Verkaufserfolge	95

	Seite
3.3.1 Kaufen ist immer eine Transaktion	95
3.3.2 Zum Thema gelungene und nicht gelungene Transaktion . . .	98
3.3.3 Die 4 Lebenskonzepte – oder von der Optimierung der Kommunikation	102
3.4 Verkauf und Bedürfnisstrukturen	106
3.4.1 Verkaufen bedeutet: Menschen verstehen	106
3.4.2 Der Mensch ist ein spannungsgeladenes Wesen	107
3.4.3 Das Käufer-Verhalten-Modell	113
4 Das Recht als Grundlage der Verkaufsarbeit	118
4.1 Das Wesen des Kaufvertrages	119
4.1.1 Kauf und Eigentumsübertragung	120
4.1.2 Der Eigentumsvorbehalt	121
4.1.3 Abschluß des Kaufvertrages	121
4.1.4 Pflichten des Verkäufers	123
4.1.5 Pflichten des Käufers	125
4.2 Spezielle Formen des Kaufvertrages	127
4.2.1 Abzahlungsverkauf	127
4.2.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen	129
4.2.3 Handelskauf	130
4.2.4 Rechtskauf	131
4.3 Andere Umsatzgeschäfte	132
4.3.1 Franchising	132
4.3.2 Mietkauf	133
4.3.3 Leasing	133
4.4 Wettbewerbsrecht	134
4.4.1 Kartellrecht	134
4.4.2 Unlauterer Wettbewerb	134
4.5 Die Verkaufsmittler	135
4.5.1 Handelsvertreter	136
4.5.2 Makler	137
4.5.3 Kommissionäre	137
4.5.4 Angestellte Verkaufsmittler	138
Literaturnachweis	143
Stichwortverzeichnis	147