

Inhalt

| | |
|------------------------------|----|
| Herzlichen Dank | 8 |
| Herzlichen Glückwunsch | 9 |
| Schnellstart | 12 |

Erstes Geheimnis

| | |
|--|----|
| Gegen jede Regel – anders gedacht, besser gemacht | 15 |
| 1.1 Die Sinn-Suche – so werden aus Stolpersteinen Erfolgsbausteine | 18 |
| 1.2 Via negativa – wer aufsteigen will, muss Ballast abwerfen | 21 |
| 1.3 Die Positionierung – mit Einzigartigkeit ein klares Zeichen setzen | 24 |

Zweites Geheimnis

| | |
|--|----|
| Lösungen zweiter Ordnung – mutige Alternativen, Mega-Erfolge | 31 |
| 2.1 Die dritte Alternative – clevere Konzepte durch veränderte Sichtweisen | 32 |
| 2.2 Die Kontrastmethode – kluge Tricks, die Kosten relativieren | 37 |
| 2.3 Die goldene Mitte – das Sicherheitsdenken des Kunden nutzen | 38 |
| 2.4 Der Signalpreis – Beachtung schafft Verstärkung | 41 |

Drittes Geheimnis

| | |
|--|----|
| So reden Umsatzverdoppler – weil Sprache unser Denken und Handeln bestimmt | 43 |
| 3.1 Die negative Vermutung – Sog statt Druck – die raffinierte Art der Kommunikation | 45 |
| 3.2 Die Irritationsfrage – den Abschluss initiieren durch positives Irritieren | 47 |
| 3.3 Die Betonungsfalle – gesagt ist nicht gleich gesagt | 48 |
| 3.4 Der Angriff nach vorne – „Bremsmanöver“ für schnelle Abschlüsse | 49 |
| 3.5 Die Schallplatte mit Sprung – cooler Trick für echte Hardliner | 51 |
| 3.6 Die Verpositivierung – was Pilze damit zu tun haben | 52 |
| 3.7 Das Sandwich-Rezept – Preise für Leistungen geschickt verpacken | 57 |
| 3.8 Der Tiefklotzen-Trick – Sympathie-Werbung durch Humblebragging | 58 |
| 3.9 Die richtige Wortwahl – wie Sprache das Ergebnis verändert | 61 |

Viertes Geheimnis

| | |
|--|----|
| Die Tricks der Umsatzstärksten – was wir von den Marktführern lernen können | 63 |
| 4.1 Der Eisverkäufer – kleiner Satz, riesengroße Wirkung | 64 |
| 4.2 Der Prozente-Dreh – ein einfacher Abschluss-Booster | 68 |
| 4.3 Das Bandel – so geht Cross-Selling heute | 69 |
| 4.4 Der Nutzen – die Betonung liegt auf der Ersparnis | 71 |
| 4.5 Das Problem daneben – die Steigerung von „Nutzen stiften“ | 72 |
| 4.6 Die Inszenierung – überlegte Show-Einlagen, die den Absatz fördern | 77 |
| 4.7 Der Überraschungseffekt – etwas etwas anders machen für erfolgreiche Aha-Effekte | 78 |
| 4.8 Die Beziehungsebene – gute Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht | 81 |
| 4.9 Die Wegzieh-Falle – mit Geschick den „Will haben“- Reflex auslösen | 82 |
| 4.10 Die Aspirin-Taktik – „Kopfschmerzen“ bereiten, um den Kauf zu provozieren | 84 |

Fünftes Geheimnis

| | |
|--|-----|
| Trojanisches Marketing – das beste Pferd im Stall..... | 87 |
| 5.1 Der Rockefeller-Streich – Öllampen verschenken, um Öl zu verkaufen | 89 |
| 5.2 Der Kundenmagnet – machen Sie alles, außer gewöhnlich | 91 |
| 5.3 Das Ungewohnte – rollendes Büro & mehr für optimale Kundennähe | 92 |
| 5.4 Der besondere Köder – „Versteckspiele“ als Kunden(ver)lockmittel | 95 |
| 5.5 Die List – Undercover-Strategien, die den Verkauf ankurbeln | 96 |
| 5.6 Das Event – work hard, play hard | 99 |
| 5.7 Das Lockangebot – Low-Budget-Start mit Gewinn(er)garantie | 103 |
| 5.8 Der Zusatznutzen – „Mehr fürs Geld“ geht immer | 105 |
| 5.9 Die Kundenwette – ein Ansporn, der nicht nur Spaß bringt | 106 |

Sechstes Geheimnis

| | |
|--|-----|
| Manipulieren Sie, aber richtig! – Und was ein blaues Spiegelei damit zu tun hat..... | 109 |
| 6.1 Der Fliegentrick – ein „Nudge“ als Richtungsweiser | 110 |
| 6.2 Der Federflaum-Reinleger – sein Job: kleine Täuschungsmanöver | 113 |
| 6.3 Der Sound-Designer – der Ton macht die Musik, der Sound den Umsatz | 114 |
| 6.4 Das blaue Spiegelei – so schnell lassen wir uns den Appetit verderben | 117 |
| 6.5 Der rote Teller – ein Knaller mit viel positivem Potenzial | 118 |
| 6.6 Das Kinderfoto – auch Diebe haben ein Herz | 121 |
| 6.7 Das Gepäckband – aus Erfahrung wird man klug | 122 |

Siebttes Geheimnis

| | |
|--|-----|
| Über Zeugen überzeugen – das wirksame Spiel über Bande..... | 125 |
| 7.1 Die Testimonials – erfolgreiche Botschafter mit Star-Appeal | 126 |
| 7.2 Das Neighboring – auch Authentizität zählt – und zahlt sich aus | 129 |
| 7.3 Die Homeshopping-Partys – Tupperware war nur der Anfang | 130 |
| 7.4 Die Referenz-Strategie – zufriedene Kunden, die Neukunden werben | 133 |
| 7.5 Das eigene Buch – die bessere Visitenkarte (mit Wow-Effekt) | 134 |

Achtes Geheimnis

| | |
|--|-----|
| So funktioniert Empfehlungsmarketing heute – die wirksamste Form der Kundengewinnung | 137 |
| 8.1 Die Sauberkeitsgarantie – ein Maler, von dem jeder spricht | 141 |
| 8.2 Die Rollator-Teststrecke – eine geniale Idee, die die Runde macht | 142 |
| 8.3 Die Flugzeugsitze – aus der Praxis für die Praxis | 145 |
| 8.4 Das Steakmesser – ein scharfes Privileg für Stammgäste | 146 |
| 8.5 Der Expertenstatus – nur Topprofis kommen bei Kunden gut an | 150 |
| 8.6 Der Kult-Faktor – das gewisse Extra, das den besten Experten noch krönt | 153 |
| 8.7 Der Katapult-Start – wer hochspringen will, muss zuerst in die Knie gehen | 154 |
| 8.8 Der Taxi-Turbo – eine kultige Erfolgsstory aus Mumbai | 157 |
| 8.9 Der 5-Euro-Schein – nicht weiter erzählen so gut wie unmöglich! | 158 |

Neuntes Geheimnis

| | |
|--|-----|
| Das Beste zum Schluss – oder: Was Umsatzverdoppler wirklich wissen sollten | 161 |
| 9.1 Der Flow-Kanal – was das wohlige Rauschgefühl mit Erfolg zu tun hat | 162 |
| 9.2 Das EKS-Prinzip – kleine Schwachstellen, schwerwiegende Wirkung | 167 |
| 9.3 Die Telemetrie – Zahlen, die viel Wichtiges erzählen | 168 |
| 9.4 Der Kölner Dom – die einen klopfen Steine, die anderen designen ihre Zukunft | 171 |
| 9.5 Der Selbstvertrag – ein verpflichtender Pakt auf dem Weg zum Ziel | 173 |
| 9.6 Der Viagra-Clou – mutig umdenken, wenn es nicht wie gewünscht läuft | 174 |
| | |
| Der Vortrag | 179 |
| Die Beratung | 180 |
| Das Hörbuch-Seminar | 183 |
| Powered by | 184 |
| Quellenverzeichnis | 186 |

Als Extra-Service für Sie haben wir eine eigene Landingpage eingerichtet.
Dort finden Sie weiterführende Informationen, praktische Anwendungstipps und vieles mehr von
Umsatzverdopplern für Umsatzverdoppler und alle, die es mit diesem Buch werden sollen.

Achten Sie auf dieses Symbol – und besuchen Sie uns auf der Website:

www.roger-rankel.de/downloads-zum-buch



Einscannen & profitieren
DOWNLOADS
zum Buch