

Inhalt

Vorwort	
von Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hermann Simon	12

Teil I: Deine Einstellung

Das Wichtigste in Kürze	16
1. Was heißt Verkaufen?	19
1.1 Der Verkäufer von heute	19
1.2 Internet und Verkaufen	25
1.3 Einstellungssache	29
1.4 Die Glaubenssätze des guten Verkäufers	35
1.5 Verkaufen und Spiritualität	40
2. Was für ein Verkäufer bist du?	44
2.1 Sei ehrlich zu dir selbst	44
2.2 Deine Werte	51
2.3 Deine Motivation	58
2.4 Dein Typ	63
2.5 Hunter und Farmer: Die Typen	69
2.6 Farmer und Hunter: Voneinander lernen	74
2.7 Täter – Opfer – Retter	76
2.8. Sei ehrlich zu deiner Company	79
2.9 Erfolgsfaktoren von Verkäufern: Fleiß – Disziplin – Ziele	81
2.10 Dankbarkeit	89
2.11 Zu Geld kommen	93

3. Deinen Kunden wertschätzen.....	97
3.1 Ehrlichkeit	97
3.2 Vorurteile.....	100
3.3 Was bedeutet der Kunde für dich?	103

Teil II: Deine Fähigkeiten

Das Wichtigste in Kürze	108
4. Wie organisierst du dich?.....	111
4.1 Selbstmanagement für Verkäufer	111
4.2 Die Datenbank lieben lernen	116
4.3 Digitale Hilfsmittel zur Kommunikation	120
5. Wie kommunizierst du mit deinem Kunden?	123
5.1 Emotionale Intelligenz	123
5.2 Manipulation als positiver Begriff.....	129
5.3 Pacing und Leading	132
5.4 Priming.....	136
5.5 Reziprozitätsprinzip.....	141
5.6 Das Metamodell der Sprache	144
5.7 Hinhörkompetenz.....	149
5.8 Fragekompetenz	156
5.9 Storytelling	165
5.10 Netzwerken	168
6. Wie entwickelst du dich weiter?.....	173

Teil III: Deine Marke

Das Wichtigste in Kürze	180
7. Warum du eine Marke brauchst	183
8. Wie positionierst du dich?	187

9. Wie kommst du rüber?	196
9.1 Jedes Gespräch ist ein Verkaufsgespräch	196
9.2 Wie in der Öffentlichkeit auftreten	200
9.3 Wie persönlich auftreten	207
9.4 Welches Outfit wählen	219
9.5 Wie am Telefon auftreten	224
9.6 Wie im schriftlichen Kontakt auftreten	229
9.7 Wie im Netz auftreten	231

Teil IV: Deine Strategie

Das Wichtigste in Kürze	238
10. Deine Märkte kennen	241
10.1 Up to date bleiben	241
10.2 In den Mokassins deiner Kunden gehen	247
11. Dein Medium wählen	250
11.1 Türklinke	250
11.2 Messen	255
11.3 Telefon	258
11.4 Analoges Netzwerk	260
11.5 Soziale Netzwerke	262
11.6 Akquise geht überall	265
11.7 Die beste Kombination	267
12. Deinen Kunden erkennen	270
12.1 Kunden lesen	270
12.2 Nach »Face Communication«	273
12.3 Nach Kaufmotiven	277
12.4 Nach Sprachmuster	284
12.5 Nach Farben	289

Teil V: Deine Methoden

Das Wichtigste in Kürze	296
13. Wie kommst du ran?	299
13.1 Grundsätzliches zur Neukundenakquise	299
13.2 Grundsätzliches zur Telefonakquise	303
13.3 Das Handwerkszeug der Telefonakquise	310
13.4 Bevor du den Hörer in die Hand nimmst	323
13.5 Wie du den Entscheider erreichst	327
13.6 Wie du den Einstieg schaffst	337
13.7 Wie du mit Einwänden umgehst – Techniken	344
13.8 Wie du mit Einwänden umgehst – nach Typen	352
13.9 Wie du den Termin festklopfst	358
13.10 Die kleine Potenzialanalyse zum Schluss	362
13.11 Wie du auf Messen akquirierst	366
13.12 Wie du im Showroom akquirierst	377
13.13 Wie du Social Media nutzt	380
14. Wie kommst du rein?	384
14.1 Das erste Treffen – Vorbereitung	384
14.2 Grundsätzliches zum Verkaufsgespräch	393
14.3 Die BAP®-Technik	407
14.4 Die Bedarfsanalyse	422
14.5 Die Nutzenargumentation	434
14.6 Die Nutzenargumentation nach Ansprechpartner	445
14.7 Die Einwandbehandlung	452
14.8 Der Elevator Pitch	472
14.9 Die Verkaufspräsentation	478
14.10 Das Preisgespräch	500
14.11 Die professionelle Nachbereitung	525
15. Wie bleibst du drin?	530
15.1 Grundsätze der Verhandlungsführung	530
15.2 Farbtypengerechte Verhandlungsführung	544
15.3 Verhandeln mit Buying-Centern	549

15.4 Das Angebotsmanagement.....	557
15.5 Abschlusstechniken.....	565
16. Wie steigst du aus?.....	584
17. Wie bleibst du dran?.....	589
17.1 Langfristige Kundenbindung	589
17.2 Umgang mit Fehlern und Reklamationen.....	601
17.3 Empfehlungen.....	613
Statt eines Nachworts: Der R-A-U-S-S®-Test.....	634

Anhang

Literatur	641
Stichwortverzeichnis	644
Der Autor	649