

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen von Beratung und Verkauf	7
1.1	Bedeutung von Beratung und Verkauf	7
1.2	Arten und Formen des Verkaufs	9
1.2.1	<i>Persönlicher Verkauf</i>	10
1.2.2	<i>Halbpersönlicher Verkauf</i>	15
1.2.3	<i>Unpersönlicher Verkauf</i>	18
1.3	Der Stellenwert der Beratung	22
2	Kundenorientierung als Erfolgsfaktor	27
2.1	Grundlegendes zur Kundenorientierung	27
2.2	Kundengruppen und Kundentypen	30
2.2.1	<i>Kundengruppen</i>	30
2.2.2	<i>Kudentypen</i>	34
2.3	Kaufmotive der Kunden	35
2.4	Kundengewinnung	37
2.5	Kundenzufriedenheit	39
2.6	Kundenbindung	43
2.6.1	<i>Maßnahmen zur Kundenbindung</i>	44
2.6.2	<i>Instrumente der Kundenbindung</i>	45
2.6.3	<i>Customer Relationship Management</i>	47
2.6.4	<i>Beschwerdemanagement</i>	48
3	Das erfolgreiche Kundengespräch	51
3.1	Grundlagen des Kundengesprächs	51
3.1.1	<i>Anforderungen an Verkäufer</i>	52
3.1.2	<i>Kommunikationselemente im Kundengespräch</i>	53
3.2	Phasen des Kundengesprächs	56
3.2.1	<i>Phase 1: Gesprächsvorbereitung</i>	57
3.2.2	<i>Phase 2: Kontaktaufnahme</i>	57
3.2.3	<i>Phase 3: Ermittlung des Kundenwunsches</i>	60
3.2.4	<i>Phase 4: Präsentation des Angebots/Warenvorlage</i>	63
3.2.5	<i>Phase 5: Argumentation</i>	65
3.2.6	<i>Phase 6: Gesprächsabschluss</i>	70
3.2.7	<i>Phase 7: Gesprächsnachbereitung</i>	71
3.3	Ansatzpunkte für Beratungs- und Verkaufsargumente	72
3.4	Einwandbehandlung	74
3.4.1	<i>Methoden zur Entkräftung von Einwänden gegen das Angebot</i>	75
3.4.2	<i>Methoden zur Entkräftung von Einwänden gegen den Preis</i>	78
3.4.3	<i>Methoden zur Entkräftung von Einwänden gegen das Personal</i>	80
3.4.4	<i>Methoden zur Entkräftung von Einwänden gegen das Unternehmen</i>	80
3.5	Herausforderungen für den Verkäufer	81
3.5.1	<i>Verkauf bei Hochbetrieb</i>	81
3.5.2	<i>Verkauf kurz vor Ladenschluss</i>	82
3.5.3	<i>Kunden in Begleitung</i>	82
3.5.4	<i>Preisverhandlungen</i>	83
3.5.5	<i>Ladendiebstahl</i>	83

3.5.6	Besorgungs- und Geschenkkauf	84
3.6	Kundenorientierter Umgang mit Reklamation und Umtausch	85
4	Beratung und Verkauf von Dienstleistungen	87
4.1	Die Bedeutung von Dienstleistungen	87
4.2	Besonderheiten von Dienstleistungen	88
4.2.1	<i>Immaterialität</i>	89
4.2.2	<i>Uno-actu-Prinzip</i>	89
4.2.3	<i>Integration des externen Faktors</i>	89
4.3	Qualität und Beurteilung von Dienstleistungen	90
4.4	Beratung und Verkauf von Dienstleistungen	93
4.4.1	<i>Immaterialität/Intangibilität</i>	93
4.4.2	<i>Uno-actu-Prinzip</i>	95
4.4.3	<i>Integration des externen Faktors</i>	95
4.5	Anforderungen an den Kundenberater	96
4.6	Vertrieb von Dienstleistungen	97
5	Verkaufsfördernde Geschäfts- und Verkaufsraumgestaltung	98
5.1	Außenfront	98
5.1.1	<i>Die Fassade</i>	98
5.1.2	<i>Das Firmenschild</i>	99
5.1.3	<i>Das Schaufenster</i>	99
5.1.4	<i>Der Eingangsbereich</i>	100
5.2	Geschäfts- und Verkaufsraumgestaltung	101
5.2.1	<i>Grundsätze für die Verkaufsraumgestaltung</i>	102
5.2.2	<i>Verkaufszonen</i>	106
5.2.3	<i>Anordnung der Warenträger</i>	107
5.2.4	<i>Besonderheiten der Verkaufsraumgestaltung in Abhängigkeit von der Verkaufsform</i>	109
5.3	Warenplatzierung und Warenpräsentation	111
6	Recht und Kaufvertrag	124
6.1	Die Einordnung des Kaufvertrags in unser Rechtssystem	124
6.2	Rechtliche Grundlagen zum Kaufvertragsrecht	125
6.2.1	<i>Der Kaufvertrag als Rechtsgeschäft</i>	125
6.2.2	<i>Arten von Rechtsgeschäften</i>	126
6.2.3	<i>Form von Rechtsgeschäften</i>	127
6.2.4	<i>Schriftform</i>	128
6.2.5	<i>Nichtigkeit von Rechtsgeschäften</i>	130
6.2.6	<i>Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften</i>	131
7	Die verschiedenen Vertragsarten	133
7.1	Die wichtigsten Vertragsarten	133
7.2	Die Struktur des Kaufvertrags	136
8	Der vorvertragliche Bereich	138
8.1	Vorvertragliche Kontakte	138
8.2	Die rechtliche Wirkung der Anfrage	138
8.3	Verpflichtungen aus der Aufnahme von Vertragsverhandlungen bzw. Anbahnung eines Rechtsgeschäfts (§ 311 Abs. 2 BGB)	139
8.4	Der Rechtscharakter von Werbeanpreisungen	139

9	Zustandekommen des Kaufvertrags	141
9.1	Zustandekommen des Kaufvertrags durch Antrag und Annahme ...	141
9.2	Der Kaufvertrag als Verpflichtungsgeschäft	142
9.3	Besonderheiten beim Abschluss des Kaufvertrags	144
10	Inhalt des Kaufvertrags	146
10.1	Allgemeine Geschäftsbedingungen	146
10.2	Inhaltskontrolle von Allgemeinen Geschäftsbedingungen	147
10.3	Rechtsfolgen der Nichteinbeziehung bzw. der Unwirksamkeit von AGB-Klauseln	148
10.4	Widerrufsrecht bei Verbrauchergeschäften (§ 355 BGB)	149
10.5	Verbraucherverträge, bei denen ein Widerrufsrecht ausgeübt werden kann	150
10.6	Rückgaberecht bei Verbraucherverträgen (§ 356 BGB)	151
10.7	Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr (§ 312 e BGB)	151
10.8	Besondere Arten des Kaufvertrags	152
10.9	Weitere Regelungen zur individuellen Gestaltung von Kaufverträgen	156
11	Störungen beim Kaufvertrag	162
11.1	Lieferungsverzug (Schuldnerverzug)	163
11.2	Annahmeverzug (Gläubigerverzug)	165
11.3	Zahlungsverzug	168
12	Ansprüche bei Lieferung von mangelhafter Ware	171
12.1	Nacherfüllung	172
12.2	Minderung des Kaufpreises und Rücktritt vom Kaufvertrag	173
12.3	Rügefristen bei Mängelansprüchen	174
12.4	Gewährleistungsausschluss und Garantieverprechen	176
13	Die außergerichtliche und die gerichtliche Geltendmachung von Forderungen	178
13.1	Das außergerichtliche Mahnverfahren	178
13.2	Das gerichtliche Mahnverfahren (§§ 688 – 703 d Zivilprozessordnung (ZPO))	180
13.3	Klageverfahren	182
13.4	Die Zwangsvollstreckung	183
14	Verjährung	185
14.1	Verjährungsfristen	185
14.2	Hemmung der Verjährung	186
14.3	Neubeginn der Verjährung	187
	Lösungen zu den gestellten Aufgaben	188
	Verwendete Literatur	195
	Stichwortverzeichnis	196
	Über die Autoren	197
	Über den Herausgeber (Forum Berufsbildung)	198