

Inhalt

1	Einleitung: Ihr Weg zum Verkäufer – und von da zum Best-Seller	9
2	Vorbereitung: Kundenkenntnis lohnt sich	11
2.1	Die Bedeutung von Produkt- und Kundenkenntnis	11
2.2	Ein heißes Thema: Ein Topverkäufer ist ehrlich – Der Praxistest – Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert?	13 15
3	Kontaktphase: Einfühlungsvermögen von Anfang an	16
3.1	Die Wissenschaft des Einfühlungsvermögens	16
3.2	Pacing – Nehmen Sie Ihren Kunden an die Hand ...	18
3.2.1	Pacing von Körpersprache	18
3.2.2	Pacing von Stimme und Sprache	19
3.2.3	Pacing von Emotionen und Überzeugungen	22
3.3	... um ihn dann zu führen – vom Pacing zum Leading	23
3.4	Die Gesprächseröffnungen in der Kontaktphase	25
3.4.1	Anerkennung ist das Salz in der Suppe	25
3.4.2	Der erste Schritt wird die Atmosphäre bestimmen	26
3.4.3	The Trend is your friend	28
3.4.4	Jetzt steigern Sie die Neugier über den Kundennutzen	30
	Der Praxistest – Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert?	33

4	Bedarfsermittlung: fragen, fragen und ... fragen	34
4.1	Grundsätzliches: Offene und geschlossene Fragen	34
4.2	Die Bedürfnisse des Kunden in drei Stufen	39
	Der Praxistest –	
	Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert?	42
5	Ihr Angebot: Zielen Sie direkt ins Schwarze	43
5.1	In diesen Häppchen genießt der Kunde Ihr Angebot: Der Chunk-Size	43
5.2	Ihr Angebot orientiert sich an den Kundenbedürfnissen	44
5.3	Die Präsentation des Preises ist immer ein Highlight	46
5.4	Ein Sahnehäubchen: Das Geheimnis der richtigen Motivation	47
5.5	Besonderheiten des Verkaufs von Dienstleistungen	50
	Der Praxistest –	
	Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert?	52
6	Einwände – Der Kunde bittet um Ihre Hilfe	53
6.1	Ein Vorwand ist kein Ernst zu nehmender Einwand	53
6.2	Räumen Sie wirkliche Einwände aus dem Weg	54
6.3	Gefahr erkannt – Gefahr gebannt: Legen Sie eine Sammlung von Einwänden an	54

6.4	Die kreative Kraft der Unzufriedenheit: Was möchte ich gerne verändern?	56
6.5	Lassen Sie ruhig einmal andere arbeiten	57
	Der Praxistest –	
	Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert?	58
7	Abschlusstechniken: Erst durch gute Umsätze wird der Verkäufer glücklich	60
7.1	Überzeugungsstrategien: Wodurch und ab wann ist Ihr Kunde überzeugt?	60
7.1.1	Der Convincer-Kanal: Wodurch wird ein Mensch überzeugt?	62
7.1.2	Der Convincer-Modus: Wann ist ein Mensch überzeugt?	65
7.2	Die Abschlussphase – 20 Wege zum Erfolg	69
	• Der Drei-Fragen-Abschluss	70
	• Die direkte Aufforderung	71
	• Der unterschrittsreife Vertrag	71
	• Das Adenauer-Kreuz	71
	• Der Partner Abschluss	72
	• Der Konzessionsabschluss	73
	• Der Kompliment-Abschluss	73
	• Der Präsentationsabschluss	73
	• Der Unsicherheitsabschluss	74
	• Der Exklusivitätsabschluss	74
	• Der Ersparnis-Abschluss	75
	• Der Zwei-Verkäufer Abschluss	75
	• Der Kätzchen-Abschluss	75
	• Mit Humor abschließen	76
	• Einigkeit in Kleinigkeit	76
	• Das Große zuerst	76
	• Der soziale Abschluss	77
	• Kauf ohne Risiko	77
	• Machen Sie die Welt etwas besser	78
	• Jetzt ist der beste Zeitpunkt	78

	Der Praxistest –	
	Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert? —————	79
8	Nachbearbeitung – ist der wichtigste Weg zum nächsten Erfolg —————	81
	8.1 Ihre tägliche Kurzanalyse —————	81
	8.2 Die Strategieanalyse —————	82
	Der Praxistest –	
	Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert? —————	84
9	Außendienst heißt beim Kunden sein – nicht im Büro —————	85
	9.1 Vom Verkauf zur Verhandlungsführung —————	86
	9.2 Wir setzen Prioritäten: Wer ist uns besonders wichtig und wer weniger? —————	87
	9.2.1 Die Intensität der Mitbewerber berücksichtigen ———	87
	9.2.2 Die ABC-Analyse —————	88
	9.2.3 Die Portfoliotechnik —————	89
	9.3 Fragetechniken im Hochpreissektor —————	91
	9.4 Nutzen Sie Value Selling bei Investitionsgütern –	93
	9.5 Wer spricht gut über Sie? Referenzen und Empfehlungen —————	96
	9.6 Tourenplanung – Motivator oder Zeitfresser? ———	98
	9.6.1 Untergliederung der Verkaufsgebiete nach dem Kleeblattsystem —————	98
	9.6.2 Effiziente Kombinationen von Stadt und Umland ———	100
	9.6.3 Mit strategischer Tourenplanung optimieren Sie das Network-Selling —————	100
	Der Praxistest –	
	Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert? —————	102

10	Erfolgreich telefonieren: Ihre Stimme als Handwerkszeug	103
10.1	Vertrauen ist die Basis für gute Geschäfte	103
10.2	Kontakt schaffen: Der erste Eindruck zählt	104
10.3	Ihre Stimme ist ein Instrument, das Sie beherrschen sollten	105
10.4	Machen Sie Ihre Kompetenz hörbar	109
10.5	Die persönliche Verabschiedung erzeugt die Bindung	110
	Der Praxistest – Was ist bereits bei Ihnen abgespeichert?	111
11	Wie nutzen Sie dieses Buch optimal?	112
11.1	Die goldene Dreier-Regel für neue Fähigkeiten	112
11.2	Die beiliegende CD-ROM	113
11.3	Welche persönlichen Fähigkeiten hat ein Best-Seller?	114
12	Anhang: Lösungen der Praxistests	115
	Literaturtipps	116
	Stichwortverzeichnis	117