

Inhaltsverzeichnis

Widmung und Dank	5
1. Warum dieses Buch?	9
1.1 Die Philosophie des Verkaufens	10
1.2 Beraten oder verkaufen?	11
2. Persönlichkeit und Selbstorganisation	12
2.1 Persönlichkeitsmerkmale erfolgreicher Verkäufer	12
2.2 Selbsttest: Eignungspsychogramm	18
2.3 Die mentale Kondition	21
2.4 Aktivitätenplanung oder Planlosigkeit?	30
3. Akquisitionsstrategien	46
3.1 Netzwerkakquisition	46
3.2 Konzernakquisition	54
3.3 Key Account Management	59
4. Die Annäherung an potenzielle Kunden	62
4.1 Besuchsvorbereitung	62
4.2 Der Kontaktaufnahme-Brief	64
4.3 Das telefonische Vorgespräch	65
5. Verkaufspsychologie als Grundlage	67
5.1 Kaufen heißt Bedürfnisse befriedigen	67
5.2 Vertrauen gewinnen und erhalten	69
5.3 The Big Five: Kriterien der Vertrauensbildung	70
5.4 Emotionale Stabilität	71
5.5 Die Wertestrukturen Ihrer Kunden	74
5.6 Kundentypen und Verhandlungsstil	78
6. Rhetorische Dialektik im Verkaufsgespräch	83
6.1 Aufbau des Überzeugungsprozesses	83
6.2 Mit Fragen Gespräche führen	88
6.3 Die dialektische Beweisführung	93
6.4 Einwände und ihre Behandlung	99
6.5 Die Preisdiskussion	106
6.6 Über Wettbewerber sprechen?	110
6.7 Abschlusstechnik	113

7. Präsentationstechnik	118
7.1 Vortragsarten	118
7.2 Das Umfeld: Raum, Medien und Zeitrahmen	119
7.3 Rhetorik und Sprache in der Präsentation	121
7.4 Nonverbale Signale	127
7.5 Überzeugungsarbeit in der Präsentation	139
7.6 Sondersituationen meistern	143
8. Kinesik und Umgangsformen	147
8.1 Kinesik im Verkaufsgespräch	147
8.2 Umgangsformen im Außendienst	149
9. Besuchsnachbereitung	161
9.1 Analyse der Besuchsergebnisse	161
9.2 Besuchsdokumentation	163
9.3 Angebotsverfolgung systematisieren	166
9.4 Cross-Selling aktivieren	167
10. Messearbeit	170
10.1 Messevorbereitung	170
10.2 Aufgaben auf dem Messestand	174
10.3 Der Umgang mit Wettbewerbern	182
10.4 Messenachbereitung	182
11. Anhang	184
11.1 Ablaufdiagramm des Verkaufsprozesses	184
11.2 Theoretische Grundlage des Psychogramms und Bewertung der Dominanzen	187
Literaturhinweise	190
Der Autor	192