

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> _____	9
<b>21 Denkanstöße und Tipps für Unternehmer</b> _____	11
Vergrößern Sie Ihr Marktpotenzial ... _____	13
Tipp 1: ... bezüglich Ihres Aktionsradius _____	14
Tipp 2: ... bezüglich Ihrer Zielgruppe _____	18
Tipp 3: ... bezüglich des von Ihnen angebotenen sichtbaren Kundennutzens _____	21
Schaffen Sie Klarheit in den Verkaufszielen _____	24
Tipp 4: Nutzen Sie die Zielplanungsstrategien der Profis _____	25
Tipp 5: Identifizieren Sie Engpässe und Erfolgsfaktoren _____	32
Tipp 6: Sprechen Sie mit Ihren Mitarbeitern über heiße Chancen statt über Umsätze _____	34
Steigern Sie die echte Verkaufszeit in Ihrem Unternehmen _____	37
Tipp 7: Wie viel Zeit verbringen Ihre Verkäufer wirklich mit Kunden? _____	39
Tipp 8: Sorgen Sie für effektive Reise- und Besuchsplanungen ____	41
Tipp 9: Gewähren Sie die nötige Innendienst-Unterstützung ____	45
Keine Kompromisse: Nur Qualität zählt! _____	47
Tipp 10: Das dauerhaft erfolgreiche Verkaufsteam – die richtige Mischung macht's _____	48
Tipp 11: Ersetzen Sie erfolglose Verkäufer durch neue, starke Verkäufer _____	51
Tipp 12: Setzen Sie Innendienstmitarbeiter im Vertrieb ein ____	53
Kompetenzen entwickeln und pflegen _____	55
Tipp 13: Wo ist in Ihrem Unternehmen die Verkaufsabteilung? _	55
Tipp 14: Haben Ihre Verkäufer auch einen Coach? _____	57
Tipp 15: Stellen Sie die Kompetenz Ihrer Top-Verkäufer dem gesamten Vertriebsteam zur Verfügung _____	59

Der Kunde im Fokus _____	61
Tipp 16: Kreative Neukundengewinnung _____	62
Tipp 17: Rabatte? Nicht mit uns! _____	63
Tipp 18: Clevere Angebote für den Kunden: Seien Sie „merk-würdig“ _____	68
Außerdem ... _____	71
Tipp 19: Der Kontakt-Magnet: Ziehen Sie Kunden und Top-Verkäufer magisch an _____	72
Tipp 20: Begeisterung und lohnende Ziele _____	75
Tipp 21: Senken Sie die Kosten durch Prozessoptimierung _____	78
<b>21 Denkanstöße und Tipps für Verkäufer _____</b>	<b>81</b>
(Selbst-)Coaching _____	83
Tipp 22: Gelassenheit siegt – optimales Selbstcoaching auch für schwierige Zeiten _____	85
Tipp 23: Leidenschaft und Begeisterung statt Kampf und Druck _____	88
Tipp 24: Erst gewinnen – dann beginnen _____	91
Berechnen Sie Ihre Ziele wie die Profis _____	96
Tipp 25: Erhöhen Sie Ihre Schlagzahl und/oder steigern Sie die Angebotssumme _____	97
Tipp 26: Generieren Sie mehr heiße Chancen _____	100
Tipp 27: Optimieren Sie Ihre Abschlussquoten _____	102
Kunden gewinnen _____	104
Tipp 28: Modelling: Kopieren Sie erfolgreiche Wege zu Ihren Bestandskunden! _____	105
Tipp 29: „Wer bist Du?“ Gründliche Vor-Qualifizierung _____	108
Tipp 30: Der Extra-Tipp: Mit Perspektivenwechsel endlich zur erfolgreichen Empfehlung _____	109
Kundengespräche _____	112
Tipp 31: Sekt oder Selters? Nachhaltig beeindrucken im Erstkontakt _____	113
Tipp 32: Vertrauen aufbauen – Interesse wecken _____	117
Tipp 33: Sichtbar Experte sein _____	121

Wertebewusstsein _____	123
Tipp 34: Kunden kaufen Wert und Werte _____	124
Tipp 35: Überzeugende Argumente mit der L.E.N.A.-Methode _	126
Tipp 36: Kaufen in der Erlebniswelt _____	129
Gesprächstechnik der neuen Generation _____	131
Tipp 37: Kluge Fragen stellen _____	134
Tipp 38: Wert und Werte überzeugend vermitteln _____	139
Tipp 39: Kunden <i>wollen</i> kaufen! _____	142
„Psycho-logische“ Aspekte _____	148
Tipp 40: Stellen Sie den Kunden als Menschen in den Mittelpunkt _____	149
Tipp 41: Entschlüsseln Sie den Denken-Fühlen-Handeln-Code _	150
Tipp 42: Verhelfen Sie Ihrem Kunden zur Entscheidung _____	152
<b>7 Tipps für dauerhaften Erfolg _____</b>	<b>155</b>
Tipp 43: Nutzen Sie das Möglichmacher-Prinzip ... _____	157
Tipp 44: ... und den „Kunden-Lieferservice“ _____	160
Tipp 45: Betrachten Sie Ihre Vision vom Ende aus _____	162
Tipp 46: Tun-Haben-Sein – oder doch besser umgekehrt? _____	165
Tipp 47: Ihr Wertekodex als Erfolgsnavi _____	166
Tipp 48: Der beste Berater: Die Kraft Ihrer Intuition _____	168
Tipp 49: ... wenn „der Mist fliegt“ – der moderne „Alche-Mist“ _	169
Literaturverzeichnis _____	172
Stichwortverzeichnis _____	173
Der Autor _____	175