Inhalt

Vorwort		6
1.	Die Kundenbeziehung managen	8
	Partner des Kunden sein	9
	Verkaufen Sie sich und Ihr Produkt	13
	Mit Smalltalk zum Big Business	18
2.	Die Kundenbedürfnisse analysieren	22
	Kundenbedürfnisse herausfinden	23
	Basale Bedürfnisse erkennen	26
	Werkzeuge der Bedürfnisanalyse	29
3.	Das Produkt präsentieren	34
	Kundenstandpunkt einnehmen	35
	Produkt attraktiv darstellen	39
	Werkzeuge der Produktpräsentation	42
4.	Die Einwände des Kunden managen	46
	Über Einwände freuen	47
	Einwände gefasst abfangen	49
	Werkzeuge der Einwandbehandlung	51
5.	Zum eigenen Preis stehen	56
	Preis als Spiegelbild des Nutzens	57
	Preis sinnvoll nennen	60
	Workzougo der Projectoumentation	63

6.	Zum Abschluss kommen	68
	Abschluss als entscheidender Punkt	69
	Werkzeuge für den Abschluss	72
	Selbstbild bestimmt Abschlussquote	74
We	eiterführende Literatur	77
Re	aister	78