

1 Einleitung: Unterschiede persönlicher und virtueller Verkauf	1
2 Roadmap virtuelles Verkaufen im B2B	5
2.1 Die neue Rolle des Verkäufers in der virtuellen Welt	5
2.1.1 Vorbereitung und Planung eines virtuellen Verkaufsgespräches	7
2.1.2 Einladung zum virtuellen Verkaufsgespräch	9
2.2 Beziehungsaufbau im virtuellen Verkaufsgespräch	11
2.3 Einfluss der Körpersprache auf den Beziehungsaufbau	12
2.4 Mit der richtigen Körperhaltung Selbstvertrauen ausstrahlen	13
2.5 Beziehungsaufbau durch Pacing und Leading	13
2.6 Mimik – Wie Sie sehen was andere fühlen	15
2.7 Die Macht der Gestik	17
2.8 Mit sicherer Stimme im virtuellen Verkaufsgespräch überzeugen	19
2.9 Wie wichtig ist der Blickkontakt im virtuellen Verkaufsraum? ...	21
3 Kommunikation & Interaktion	23
3.1 Fragen	25
3.1.1 Geschlossene Fragen	25
3.1.2 Offene Fragen	26
3.1.3 Konkretisierungsfragen	26
3.2 Aktives Zuhören	27
3.2.1 Das aufnehmende Zuhören	27
3.2.2 Paraphrasieren	27
3.2.3 Verbalisieren von Gefühlen	28

4 Aufmerksamkeit, Motivation und der MIIC-Zyklus	29
4.1 Die 30-10-Regel und der MIIC-Zyklus für mehr Aufmerksamkeit im virtuellen Verkaufsgespräch	30
4.1.1 MIIC-Zyklus – Motivationsphase	31
4.1.2 MIIC-Zyklus – Informationsphase	32
4.1.3 MIIC-Zyklus – Interaktionsphase	33
4.1.4 MIIC-Zyklus – Checkphase	34
4.1.5 Pausen	34
4.1.6 Teilnehmeranzahl	34
5 Zusammenarbeit bei der virtuellen Bedarfsanalyse	37
5.1 Bedarfsanalyse-Canvas	38
5.2 Aufbau und Struktur des Bedarfsanalyse-Canvas	38
5.3 Vorgehensweise bei der Bedarfsanalyse	38
5.4 Onlinetools für die Zusammenarbeit	40
5.4.1 Intuitive Online-Whiteboards für die digitale Zusammenarbeit	42
5.4.2 Speichern und Teilen von Informationen	43
5.4.3 Umfragen zur Unterstützung der Zusammenarbeit	43
6 Technik und Setting	45
6.1 Online-Arbeitsplatz	46
6.2 Video	47
6.3 Stream Deck	47
6.4 Audio	49
6.5 Beleuchtung	50
6.6 Hintergrund	50
6.7 Sie	51
7 Einflussnahme	53
8 Schluss	55
Literatur	59