

# Inhaltsverzeichnis

---

Wie es zu diesem Buch kam  
So sehen 20 „TOP-Verkäufer“ ihren Erfolg  
Vorwort (Übersetzung)  
Foreword

<b>1</b>	<b>Zielsetzung für dieses Buch</b>	<b>1</b>
1.1	Was dieses Buch will	1
1.2	Was dieses Buch nicht will	2
1.3	Kann man „Verkauf“ überhaupt trainieren?	2
1.4	Von der Verkaufsschulung zum Verkaufstraining	5
<b>2</b>	<b>TBO als Basis (Training by Objectives)</b>	<b>16</b>
2.1	Das TBO-Konzept	16
2.2	Die Ermittlung des Trainingsbedarfs	20
2.3	Die Festlegung der Lernziele	27
2.4	Das bedarfsorientierte Training oder: „Alles andere wäre Geldverschwendung“	29
2.5	Die Lernerfolgskontrollen	30
<b>3</b>	<b>Zur „Didaktik“ des Verkaufstrainings</b>	<b>32</b>
3.1	Verkaufstraining – quo vadis?	32
3.2	Seminarschwerpunkte	34
3.3	Seminartypen	40
3.4	Am Markt angebotene öffentliche und firmeninterne Seminare	42
3.5	Maßgeschneiderte Seminare	51
3.6	Die Seminarablaufplanung	57
3.7	Die Arbeit mit Seminarmodulen (Trainingsmodulen)	58

<b>4</b>	<b>Zur Methodik des Verkaufstrainings</b>	<b>68</b>
4.1	Trainieren und/oder dozieren ... oder?	68
4.2	Feldtraining	69
4.3	Coaching	69
4.4	Training „on the job“	70
4.5	Die 20 wichtigsten Methoden für ein Verkaufsseminar	71
4.6	Beispielhafte Fallaufgaben (Muster)	81
4.7	Beispielhafte gruppendynamische Übungen (Muster)	114
4.8	Beispielhafte gruppeninteraktionsübungen (Muster)	132
4.9	Beispielhafte gruppenpsychologische Übungssammlung	139
4.10	Beispielhafte Lernspiele (Muster)	143
4.11	Beispielhafte Vorlagen für Rollenspiele/Rollentübungen (Muster)	147
4.12	Beispielhafter Test für Seminare (mit Selbstausswertung)	169
4.13	Beispielhafte Wettbewerbsideen für Seminare (Muster)	177
4.14	Feedback im Seminar (Formularmuster)	204
<b>5</b>	<b>Zum Medieneinsatz im Verkaufstraining</b>	<b>213</b>
5.1	Plädoyer „variatio delectat“	213
5.2	Medien im Verkaufstraining allgemein	214
<b>6</b>	<b>Praxisbeispiele für den Einsatz besonders wirksamer Arbeitsmittel im Verkaufstraining</b>	<b>218</b>
6.1	Arbeitsunterlagen	218
6.2	Visualisierungshilfe „Bildmappe“	235
6.3	Merkkarten (Muster)	240
6.4	Checklisten (Muster)	255
6.5	Merkhefte (Muster)	261
6.6	Besser trainieren mit Teleometrics Lerninstrumenten (Beispiele)	276
<b>7</b>	<b>Zur „Organisation von Verkaufstrainings“</b>	<b>287</b>
7.1	Von der Konzeption zur Umsetzung	287
7.2	Seminarhotels für ein erfolgreiches Verkäufertraining	302
7.3	Der Seminarraum wird vorbereitet	314

7.4	Wie man eine Seminarveranstaltung „organisiert“	319
7.5	Denkspiele zur Überwindung des „toten Punktes“	323
7.6	Das Stimmungsbarometer als Teilnehmerfeedback	334
7.7	Abendgestaltung bei Hotelseminaren	343
7.8	Teilnehmerzertifikate pro und contra	357
7.9	Nach dem Seminarende	360
<b>8</b>	<b>Mehr kopieren als kopieren, oder: Aus der Praxis – für die Praxis</b>	<b>363</b>
8.1	Maßgeschneiderte Seminare und Trainings im Sinne von TBO (Beispiele)	363
8.2	Die besondere Motivation: Verkaufsseminare – verlagert ins Ausland	385
<b>9</b>	<b>Der/die Verkaufstrainer(in)</b>	<b>394</b>
9.1	Das Training beginnt	394
9.2	Der/die Verkaufstrainer(in) als ...	401
9.3	Der/die Teilnehmer(in) als ...	403
9.4	Trainerweiterbildung	405
<b>10</b>	<b>Quellen für (neue) Ideen</b>	<b>410</b>
10.1	Allgemeiner Überblick über diverse Lieferanten	410
10.2	Fundstellen für Übungen	415
10.3	Literaturübersicht	417
<b>11</b>	<b>Anhang</b>	<b>419</b>
11.1	Für Trainer (auch) wichtige Anschriften	419
11.2	Für Trainer (auch) wichtige Zeitschriften	421
11.3	Spezielle Literaturhinweise zum Anhang „Verkaufsgespräche im Wandel der Zeit“	422
11.4	Stichwortregister	428