

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1 Der moderne Mediaberater	11
Die heutigen Anforderungen	11
Mediaberater als Angestellte oder freie Handelsvertreter	12
2 So gewinnen Mediaberater Neukunden	15
Die richtige Einstellung zum Verkaufen	16
Inhaltliche und strategische Ebene	28
Verkaufspräzess für Mediaberater	31
Neukundenadressen finden und qualifizieren	44
Telefonakquise für Mediaberater	49
Die Spezialität des Mediaberaters: der Kaltbesuch	96
So generieren Sie Empfehlungen	107
Weitere Akquiseformen für Mediaberater	110
Der Mediaberater beim Neukundengespräch	113
3 Stammkunden – Ihr großes Plus	131
Vorbereitung	131
Terminvereinbarung oder Kaltbesuch?	134
Verkauf von Sonderwerbeformen	134
Mehrumsetz durch Zusatzverkäufe	137
So erhalten Sie Referenzen	139
4 Professionelle Einwandbehandlung	143
Mit welchen Kundeneinwänden müssen Sie rechnen?	144
Vorwände von Einwänden unterscheiden	145
Kissenformulierungen	145
Wirksame Techniken zur Einwandbehandlung	146
5 So schließen Mediaberater souverän ab	151
Die Angst des Kunden vor der Entscheidung	151
Den Abschluss voraussetzen	154
Bewährte Abschlusstechniken für Mediaberater	155

Literatur	159
Wichtige Adressen	160
Glossar	161
Der Autor	168