

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	9
<b>1 Der moderne Mediaberater</b>	11
Die heutigen Anforderungen	11
Mediaberater als Angestellte oder freie Handelsvertreter	12
<b>2 So gewinnen Mediaberater Neukunden</b>	15
Die richtige Einstellung zum Verkaufen	16
Inhaltliche und strategische Ebene	28
Verkaufpsychologie 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
<b>3 Stammkunden – Ihr großes Plus</b>	131
Vorbereitung	131
Terminvereinbarung oder Kaltbesuch?	134
Verkauf von Sonderwerbformen	134
Mehrumsatz durch Zusatzverkäufe	137
So erhalten Sie Referenzen	139
<b>4 Professionelle Einwandbehandlung</b>	143
Mit welchen Kundeneinwänden müssen Sie rechnen?	144
Vorwände von Einwänden unterscheiden	145
Kissenformulierungen	145
Wirksame Techniken zur Einwandbehandlung	146
<b>5 So schließen Mediaberater souverän ab</b>	151
Die Angst des Kunden vor der Entscheidung	151
Den Abschluss voraussetzen	154
Bewährte Abschlusstechniken für Mediaberater	155

<b>Literatur</b>	159
<b>Wichtige Adressen</b>	160
<b>Glossar</b>	161
<b>Der Autor</b>	168