

# Bedeutung, Chancen und Risiken des Small-Talks im Vertrieb

## Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung .....	9
2. Small Talk im Allgemeinen .....	11
2.1 Was ist eigentlich Small Talk? .....	11
2.2 Gutes Thema, schlechtes Thema oder Themenwechsel? .....	12
2.2.1 Bewährte Themen .....	12
2.2.2 Verbotene Themen .....	14
2.2.3 Wenn das Thema nicht passt und die Methode des Themenwechsel .....	16
2.3 Regeln beim Small Talk .....	17
2.3.1 Der Einstieg .....	18
2.3.2 Der Hauptteil .....	19
2.3.3 Das Ende .....	21
2.4 Probleme beim Small Talk .....	22
3. Körpersprache und Small Talk .....	25
3.1 Die Macht des Körpers .....	25
3.2 Die Körperhaltung .....	28
3.3 Die Gestik .....	29
3.4 Die Mimik .....	30
3.5 Die Stimme .....	31
3.6 Die Distanzzonen .....	32
3.7 Der Blickkontakt .....	32
3.8 Die Deutung und die Auswirkungen .....	34
4. Kommunikation, Vertrieb und Small Talk .....	35
4.1 Der Verkäufer und die menschliche Kommunikation .....	35
4.2 Im Vertrieb .....	38
4.3 Im Verkaufsprozess .....	41
4.4 Mit höheren Personen .....	42
4.5 In Verkaufsteams .....	43

5. Kundenspezifischer Small Talk.....	45
5.1 Das Zusammenspiel des Kunden mit dem Vertrieb .....	45
5.2 Risiken des Small Talk .....	45
5.3 Small Talk mit verschiedenen Kundentypen .....	46
6. Small Talk und verschiedene Kultur .....	51
7. Ausblick.....	55
8. Zusammenfassung .....	57
9. Literaturverzeichnis.....	59