

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung .....</b>	<b>8</b>
1.1	Vertrieb früher und heute.....	8
1.2	Das Berufsbild des Vertriebsingenieurs .....	10
1.3	Wissen statt „Probieren“ .....	11
1.4	Warum ausgerechnet Vertrieb? .....	12
1.5	Die „Spielregeln“ des Vertriebs .....	14
<b>2</b>	<b>Grundlagen des Verkaufs .....</b>	<b>16</b>
2.1	Jeder Kunde ist „einmalig“ .....	17
2.2	Die Sorgen und Bedenken der Kunden .....	18
2.3	Das Schlüsselwort heißt „VERTRAUEN“. .....	22
2.4	Die „selektive“ Aufmerksamkeit .....	22
2.5	Die praktische Umsetzung .....	23
2.6	„Key Account“ statt „Hit & Run“ .....	25
2.7	Das „Roulette“ im Vertrieb .....	27
2.8	Der Kundenbesuch als Schlüsselement .....	28
2.8.1	Organisieren Sie Ihre Kunden .....	28
2.8.2	Beispiel einer Strategie .....	29
2.9	Die Akquisition im Vertrieb .....	34
2.9.1	Ihr Kunde als Quelle der Akquisition .....	35
<b>3</b>	<b>Der professionelle Messeauftritt .....</b>	<b>37</b>
3.1	Der Aussteller einer Messe .....	38
3.2	Die einzelnen Phasen einer Messe .....	39
3.3	Messeerfahrung als Grundlagenwissen .....	40
3.3.1	Beispiel einer Checkliste für einen „Rückblick“ .....	42
3.4	Die gezielte Vorbereitung einer Messe .....	43
3.4.1	Die strukturierte Zielsetzung für eine Messe .....	44
3.5	Die messebegleitende Kommunikation .....	48
3.5.1	Der persönliche Einladungsbrief .....	49
3.6	Die Nachbereitung einer Messe .....	52
3.7	Der Erfolg einer Messe .....	53
3.7.1	Die Auswertung eines Messetags .....	55
3.8	Die Anforderungen an den Vertriebsingenieur .....	56
3.8.1	Die „Spielregeln“ auf dem Messestand .....	58
3.8.2	Das erfolgreiche Kontaktieren in der Praxis .....	60
3.8.3	Die Gesprächsführung mit den Besuchern .....	61

<b>4</b>	<b>Die Kunst des Präsentierens</b>	<b>65</b>
4.1	Die Vorbereitung einer Präsentation	67
4.2	Die „Spielregeln“ des Präsentierens	69
4.3	Typische Präsentationsfehler	70
<b>5</b>	<b>Die Abschlusstechnik im Vertrieb</b>	<b>74</b>
5.1	Der Kaufabschluss	75
5.1.1	Der richtige Moment für den Kaufabschluss	76
5.1.2	Typische Fehler in der Abschlussphase	78
<b>6</b>	<b>Grundlagen der Kommunikation</b>	<b>84</b>
6.1	Bewusste und unbewusste Kommunikation	87
6.2	Einigkeit durch Kommunikationsbrücken	96
<b>7</b>	<b>Grundlagen des Selbstmanagements</b>	<b>101</b>
7.1	Der systematische Innendienst im Vertrieb	102
7.1.1	Die Organisation eines Arbeitsplatzes	104
7.1.2	Die systematische Organisation einer Ablage	110
7.1.3	Das organisierte Ordnersystem	115
7.2	Die Grundelemente des Zeitmanagements	118
7.2.1	Die Prioritäten- und Ressourcenplanung	122
7.2.2	Die verbindliche Tagesplanung	126
7.3	Das Phänomen „Stress“ im Vertrieb	128
7.3.1	Die Bewältigung von Stresssituationen	133
7.3.2	Methoden und Verfahren für die Stressbearbeitung	135
7.3.3	Die gezielte Bearbeitung der Stressoren	136
7.4	Grundlagen der Persönlichkeitsentwicklung	137
7.4.1	Der Unterschied zwischen „Theorie“ und „Praxis“	139
7.4.2	Ursprung und Entwicklung unseres Verhaltens	140
7.4.3	Regeln, Werte und Neurosen	145
7.4.4	„Innere Werte und Qualitäten“ im Vertrieb	148
7.4.5	Die schrittweise Entwicklung der Persönlichkeit	157
7.4.6	Ab heute erfolgreich	162
	<b>Schlusswort</b>	<b>165</b>
	<b>Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen</b>	<b>166</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>168</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>169</b>