

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	8
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
2	Grundlagen des Verkaufs	16
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
3	Der professionelle Messeauftritt	37
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 Einladungsb Brief	49
3.6	Die Nachbereitung einer Messe	52
3.7	Der Erfolg einer Messe	53
3.7.1	Die Auswertung eines Messestags	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

4	Die Kunst des Präsentierens	65
4.1	Die Vorbereitung einer Präsentation	67
4.2	Die „Spielregeln“ des Präsentierens	69
4.3	Typische Präsentationsfehler	70
5	Die Abschlusstechnik im Vertrieb	74
5.1	Der Kaufabschluss	75
5.1.1	Der richtige Moment für den Kaufabschluss	76
5.1.2	Typische Fehler in der Abschlussphase	78
6	Grundlagen der Kommunikation	84
6.1	Bewusste und unbewusste Kommunikation	87
6.2	Einigkeit durch Kommunikationsbrücken	96
7	Grundlagen des Selbstmanagements	101
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
	Schlusswort	165
	Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	166
	Literaturverzeichnis	168
	Stichwortverzeichnis	169