

# INHALT

<b>Der Verkauf als Schlüsselposition im Unternehmen .....</b>	<b>5</b>
<b>SCHLÜSSELEFAKTOR 1: Persönliche Überzeugungskraft .....</b>	<b>9</b>
Verkaufsrhetorik –	
die sieben Wirkungsmittel gezielt nutzen .....	9
1. Wirkungsmittel: Unsere Haltung .....	10
2. Wirkungsmittel: Gestik .....	12
3. Wirkungsmittel: Stimme .....	15
4. Wirkungsmittel: Die Sprache .....	19
5. Wirkungsmittel: Mimik .....	19
6. Wirkungsmittel: Blickkontakt .....	21
7. Wirkungsmittel: Habitus .....	22
Argumentationstechnik .....	23
Die Fünf-Punkte-Präsentation für einzelne Argumente .....	23
Der Neun-Punkte-Präsentationsbauplan .....	27
Überzeugen im Gespräch .....	32
1. Strukturregel des Überzeugens: Wer argumentativ beginnt, ist regelmäßig im Nachteil .....	36
2. Strukturregel des Überzeugens: Wer das Gespräch durch Vorgabe oder Vereinbarung einer geeigneten Struktur beginnt, ist regelmäßig im Vorteil .....	37
3. Strukturregel des Überzeugens: Wer richtig fragt, der führt .....	38
4. Strukturregel des Überzeugens: Den Partner gedanklich in den Mittelpunkt stellen .....	40
5. Strukturregel des Überzeugens: Nutzen Sie Hypothesen-Fragen .....	41

Die hohe Schule der Gesprächssteuerung .....	43
Verbalisierungstechniken .....	46
Verbalisierungstechniken zur konstruktiven Gesprächssteuerung .....	52
Consultative Selling – Das beratende Verkaufsgespräch .....	57
Sprachmuster des Überzeugens .....	68
1. Sprachmuster: Der begründende Sprachstil .....	68
2. Sprachmuster: Der Einsatz stillschweigender Voraussetzungen .....	69
3. Sprachmuster: Die Oliver-North-Methode .....	71
4. Sprachmuster: Das Sprechen in Bildern .....	73
5. Sprachmuster: Suggestiv-Riegel .....	74
6. Sprachmuster: Das Sprechen in Anführungszeichen .....	75
7. Sprachmuster: Fakt + Fakt + Plausibilität .....	76
<b>SCHLÜSSELEFAKTOR 2: Selbstmanagement .....</b>	<b>77</b>
Energiemanagement .....	78
Der Weg zu dauerhafter Selbstmotivation .....	82
Unser inneres Antriebssystem .....	82
Das konstruktive Selbstbild .....	88
Die Vision ist der Schlüssel – Erkennen Sie das Warum hinter Ihren Zielen .....	90
Die richtigen Ziele setzen .....	97
Finden Sie Ihre Motivationsknöpfe .....	101
Aktiv unsere Stimmungen managen .....	109
Spitzenleistungen visualisieren .....	114
Action-Management – Damit Sie Ihre Versprechen einhalten können .....	118
1. Führen Sie nur eine Aufgabenliste .....	118
2. Vermeiden Sie die Denkschwäche Ihrer reaktiven Intelligenz .....	118
3. Das Prinzip des nächsten Schritts .....	118

## **SCHLÜSSELEFAKTOR 3: Talentefokus** ..... 121

Denkbremsen, die uns daran hindern, Spitzenleistungen zu erreichen .....	125
Der persönliche Talentefinder – auf den Spuren des Enthusiasmus .....	127
Die Analyse der eigenen Biografie .....	128
Talent- und Stärken-Scouting in der Gegenwart .....	131
Die Analyse unserer Zukunftsperspektiven: Wünsche als Vorboten unserer Talente .....	140
Die Aussteigerübung .....	141
Zur Erinnerung .....	141
Der Abgleich mit häufig vorkommenden Stärkenprofilen .....	142
Talente zu Stärken ausbauen .....	143
Talente beruflich oder privat nutzen .....	143
Die ideale Talent-Aufgaben-Passung finden .....	144
Talente-Entwicklungs-Tableau .....	146
Die Stärken-Scorecard .....	147
Die Lerntechniken der Genies .....	152

## **SCHLÜSSELEFAKTOR 4: Verkaufs-Mechanics** ..... 157

Der Vorvertrauensbrief .....	157
Die Technik der schriftlichen Referenzen .....	158
Das 13-Wochen-Kontaktmanagement: Systematisieren Sie Ihr Stammkundenmanagement ..	159
Der Eine-Minute-Anruf .....	164
Die Vertriebserfolgsanalyse .....	165

**SCHLÜSSELEFAKTOR 5:  
Verkaufs-Humanics . . . . . 169**

Das Es-geht-doch-Meeting . . . . . 169

**SCHLÜSSELEFAKTOR 6:  
Die aktive Gestaltung von  
Mund-zu-Mund-Propaganda . . . . . 175**

Die emotionale Story . . . . . 175

Kommunikationskanäle nutzen . . . . . 178

**DER EXTRAFAKTOR:  
Der Expertenstatus Ihres Unternehmens . . . . . 180**

**SCHLUSSBEMERKUNG:  
Bleiben Sie im besten Sinne des  
Wortes »Amateur« . . . . . 181**

Literaturverzeichnis . . . . . 183