

INHALT

Der Verkauf als Schlüsselposition im Unternehmen	5
---	---

SCHLÜSSELFAKTOR 1: Persönliche Überzeugungskraft	9
---	---

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

SCHLÜSSELFAKTOR 2:

Selbstmanagement	77
 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

SCHLÜSSELFAKTOR 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

SCHLÜSSELFAKTOR 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

SCHLÜSSELFAKTOR 5:

Verkaufs-Humanics 169

Das Es-geht-doch-Meeting 169

SCHLÜSSELFAKTOR 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