

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>IT is different</b>	<b>1</b>
1.1	Ist dieses Buch etwas für Sie? .....	1
1.2	Der Verkaufsberater als Rallyepilot .....	3
1.3	Verkaufen nervt! .....	8
1.4	Was ist am IT-Verkauf so besonders? .....	12
1.5	Begriffe und Definitionen .....	19
<b>2</b>	<b>Problemanalyse – woran scheitern IT-Verkaufsprojekte?</b>	<b>23</b>
2.1	Von welchen Problemen sprechen wir überhaupt, Herr Kunde? ...	23
2.2	Warum verstehen Anbieter die Gründe der Kunden nicht? .....	28
2.3	Unser Kunde und sein unbekanntes Problem .....	30
2.4	<b>1. Problemfeld:</b> Der Mehrwert des Produktes rechtfertigt die Kosten nicht .....	32
2.5	Verkaufshindernis 1: Der Kunde erkennt nicht genügend Mehrwert .....	33
2.6	Verkaufshindernis 2: Ihr Kunde kann den Mehrwert nicht bewerten .....	42
2.7	Verkaufshindernis 3: Der Kunde fühlt sich von Ihrem Angebot nicht angesprochen .....	48
2.8	<b>2. Problemfeld:</b> Das Risiko des Kunden ist zu hoch .....	57
2.9	Verkaufshindernis 4: Persönliche Projektrisiken des Entscheidungsträgers .....	59
2.10	Verkaufshindernis 5: Risiken für die betroffenen Bereiche .....	67

2.11	Verkaufshindernis 6: Risiken für das Unternehmen	75
2.12	Management des Kundenrisikos als Kernkompetenz des IT-Beraters	79
2.13	3. Problemfeld: Interessenkonflikte zwischen Kunden und Anbieter	81
2.14	Verkaufshindernis 7: Konflikte im Projekt	86
2.15	Verkaufshindernis 8: Konflikte in der Partnerschaft	90
2.16	Verkaufshindernis 9: Konflikte in der gemeinsamen Zukunft	95
2.17	4. Problemfeld: Der Verkaufsprozess wird ungeschickt geführt	98
2.18	Verkaufshindernis 10: Unklare Ziele	102
2.19	Verkaufshindernis 11: Keine Verkaufsstrategie	108
2.20	Verkaufshindernis 12: Ungeschickte Gesprächsführung	113
2.21	Problemanalyse: Zusammenfassung und Ausblick	118
<b>3</b>	<b>Der Verkaufsprozess</b>	<b>121</b>
3.1	Der Verkaufsberater als Strategie und Routenplaner	121
3.2	Ihre individuelle Verkaufsstrategie	126
3.3	Eine Strategie mit Flügeln	128
3.4	Die besten Strategien entwickeln – das Elefanten-Reiter- Modell	139
3.5	Der Reiter – die rationale Komponente	141
3.6	Der Elefant – die emotionale Komponente	148
3.7	Spezielle Verkaufsprozesse	156
3.8	Wenn der Verkaufsberater den Kontakt beginnt	157
3.9	Der unternehmensinterne Überzeugungs- und Verkaufsprozess	165

3.10	Unterschiede im Verkauf: Große Unternehmen im Vergleich zu kleinen und mittleren Unternehmen . . . . .	170
3.11	Unterschiede im Verkauf: IT-Unternehmen im Vergleich zu Nicht-IT-Unternehmen . . . . .	174
3.12	Unterschiede im Verkauf: IT-Produkte im Vergleich zu IT-Dienstleistungen (inkl. Entwicklung von Individualsoftware) . . . . .	176
<b>4</b>	<b>Werkzeuge für den IT-Verkaufsberater</b>	<b>181</b>
4.1	Werkzeug 1: Gutes Timing im Verkaufsprozess . . . . .	182
4.2	Werkzeug 2: Kundennutzen darstellen . . . . .	185
4.3	Werkzeug 3: Fragetechnik für Verkaufsberater . . . . .	201
4.4	Werkzeug 4: »Agile« Projektpläne . . . . .	208
4.5	Werkzeug 5: Mit Einwänden umgehen . . . . .	214
4.6	Werkzeug 6: Stakeholder-Management . . . . .	223
4.7	Werkzeug 7: Verhandlungstipps für Verkaufsberater . . . . .	236
4.8	Werkzeug 8: »Zu teuer!« . . . . .	249
<b>5</b>	<b>Übungen</b>	<b>255</b>
5.1	Übung 1: Mobile Apps . . . . .	255
5.2	Übung 2: IT-Helpdesk-Software . . . . .	263
5.3	Übung 3: E-Collaboration . . . . .	267
5.4	Ziel in Sicht! . . . . .	276
	<b>Literatur</b>	<b>277</b>
	<b>Index</b>	<b>279</b>