

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>1. Was sich mit Fragen erreichen lässt</b>	<b>9</b>
Ohne Fragen keine Kommunikation	9
Das Gespräch steuern	10
Die Probleme definieren	12
Mit Missverständnissen aufräumen	12
Lösungen finden	13
Grundvoraussetzung für gezieltes Fragen: das aktive Zuhören	14
<b>2. Die grundsätzlichen Fragentypen</b>	<b>21</b>
Fragensystematik	21
Schließende Fragen	23
Öffnende Fragen	36
Weitere Fragentypen	44
<b>3. Fragen in Überzeugungsprozessen</b>	<b>47</b>
Warum sind Fragen gerade für den Verkauf so wichtig?	47
Der Unterschied zwischen Produktverkauf und Lösungsverkauf	53
Die Ist-Zustands-Frage	62
Die Problemfrage	65
Die Auswirkungsfrage	66
Die Zusammenfassungsfrage	69

<b>4. Umsetzung in die (Verkaufs)Praxis</b>	<b>73</b>
Beispiel-Dialog ohne Auswirkungsfragen	73
Beispiel-Dialog mit Auswirkungsfragen	74
Die Grundstruktur	77
Tipps zum Design von Problemfragen	79
Tipps zum Design von Auswirkungsfragen	80
Tipps zum Design von Zusammenfassungsfragen	81
<b>Fast Reader</b>	<b>86</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>90</b>
<b>Der Autor</b>	<b>92</b>
<b>Register</b>	<b>93</b>