

# Inhalte

<b>Vorwort</b>	<b>06</b>
<b>Einleitung</b>	<b>10</b>
<b>1. Drei Pfeiler für Ihren Erfolg</b>	<b>12</b>
Einstellung – Wissen – Können	
<b>2. Die Einstellung</b>	<b>18</b>
2.1. Vorbereitung und Hausaufgaben	20
2.2. Wie motiviere ich mich selbst?	21
2.3. Was bedeutet das Unternehmen für mich?	24
2.4. Was bedeutet mein Produkt für mich?	25
2.5. Was bedeutet der Kunde für mich?	26
2.6. Glaubenssätze erkennen und „Ich“-Botschaften verwenden	27
2.7. Angemessener Umgang mit vermeintlichen Niederlagen	29
<b>3. Das Wissen</b>	<b>30</b>
3.1. Was weiß ich über das Produkt?	31
3.2. Was weiß ich über den Markt?	32
3.3. Was weiß ich über meine Kunden?	33
3.4. Reicht mein verkäuferisches Können?	34

<b>4. Das Können</b>	<b>36</b>
4.1. Die Struktur des Verkaufens	38
4.2. Terminvereinbarung	40
4.3. Begrüßung	42
4.4. Aufmerksamkeitsphase	46
4.5. Beziehungsaufbau	47
4.6. Wertschätzung	52
4.7. Bedarfs- und Kundenanalyse	54
4.8. Fragetechnik	55
4.9. Neurologische Ebenen	59
4.10. Meta-Programme	62
4.11. Präsentation der Angebote	69
4.12. Kommunikationsstrategien	71
4.13. Einwandbehandlung	78
4.14. Preisgespräch/Investition	83
4.15. Abschluss mit Future Pace	88
<b>5. Nachwort</b>	<b>93</b>
<b>6. Der Autor</b>	<b>94</b>