

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Anders als alle anderen, aber angenehm auffällig!	1
	Vom Umsatzjäger zum Wunscherfüller	2
	Teurer als der Wettbewerb	2
	Menschen kaufen bei Menschen	2
	HARDSELLING in den Neunzigern	3
	Fast niemand vertraut Versicherungsvertretern	3
	Auch Verkäufer haben es schwer mit Vertrauen	3
	Die unhöfliche Bäckereifachverkäuferin	4
	Der respektlose Außendienstmitarbeiter	4
	Praxis-Tipp: Kaltakquise	5
	Erfahrungen aus dem „Training on the Job“	6
	Kunden ärgern sich häufig über Verkäufer	7
	HEARTselling statt HARDselling	8
	Gute Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter sind Emotions- und Gefühlsarchitekten	8
	6500 Sprachen weltweit – Einwände zeigt dabei jeder Mensch gleich	9
	Motivationspsychologie, Körpersprache und Neurowissenschaft	10
	Literatur	10
2	Was ist Verkaufen?	11
	Verkäufer erfüllen Wünsche	11
	Emotionale Antriebe von Kunden	11
	Zurück zu den Emotionen	15
	Fun-Fact: Eigenmarken eines Supermarkts	16
	Beziehungsmanagement im Verkauf und Vertrieb	16
	Die wilden 90er im Vertrieb und Verkauf	17
	Spaß muss sein!	17
	Kunden emotional glücklich machen	19
	Wer ist im Vertrieb und Verkauf erfolgreich?	19
	Die Entwicklung des Verkaufens	20
	Verkäufer von gestern	20
	Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter von heute und morgen	20
	Nutzen Sie den Benjamin-Franklin-Effekt	21

	Wissenschaftlich belegt: Der Benjamin-Franklin-Effekt funktioniert	22
	Reziproke Zuneigung	22
	Gegenwart und Zukunft in der Verkaufs- und Vertriebswelt.	23
	Literatur.	24
3	Warum kaufen Kunden nicht?	25
	Norbert Bischof.	25
	Das Sicherheitssystem	25
	Das Erregungssystem	25
	Das Autonomiesystem	26
	Psychologische Grundbedürfnisse	26
	Die neurobiologischen Grundbedürfnisse nach Eilert	26
	Die Psychologie, die Neurobiologie und die Emotionen	27
	Irrational schlägt rational	27
	Warum Hardselling von vorgestern ist	28
	Ausgefuchst oder ausgelutscht? Warum Ihr Kunde nicht kauft!	28
	Die Learnings	35
	Literatur.	39
4	Was wünschen sich Kunden von Verkäufern?	41
	Kein Zwang	41
	Kunden entscheiden immer emotional	41
	Weg vom 08/15-Standard	42
	Die Rote-Kreuz-Frage.	42
	Empfehlungen aussprechen	42
	Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis.	44
	Ihre stärkste Waffe ist die emotionale Intelligenz.	45
	Fun Fact: Die Partnerwahl	45
	Kunden begeistern.	46
	Mensch schlägt Robotik im Verkauf und Vertrieb (noch)	47
	Was findet der deutsche Kunde heute vor?	48
	Erfolgreicher verkaufen	48
	Was müssen Frauen im Verkauf beachten?	49
	Unternehmen müssen in die Ausbildung der Verkäufer investieren!	50
	Literatur.	50
5	Was zeichnet Topverkäufer aus? Das Wort mit E!	53
	Empathie	53
	Emotionen.	54
	EQ – Der emotionale Intelligenzquotient.	56
	Erfolg	60
	Literatur.	61
6	Der erste Kontakt und der erste Eindruck.	63
	Kunden und Google	63
	Ideen für mehr Google-Bewertungen	64
	Kann ich Google-Bewertungen löschen lassen?	65

	Keine Diskussionen beginnen	66
	Ihre Website und nervige Pop-Ups	66
	Halten Sie ein, was Sie zusagen	67
	Praxis-Tipp für Verkäufer in Sachen Google	67
	Literatur.	68
7	Die Macht der Worte	69
	Zuhören.	69
	Zuhör-Typen	70
	Worte.	71
8	Neurowissenschaft trifft auf Verkauf	73
	Das Gehirn	73
	400.000 Sinneseindrücke pro Sekunde	73
	Praxisbeispiel: Notizen machen!	74
	Erwartungen	74
	Praxistipp: Prediction-Error	75
	Was erwartet der Kunde heute nicht mehr?	76
	Amygdala und Hippocampus selektieren	76
	Fun-Fact: Visuelle Vorstellung und Mindset.	77
	Verhaltensmuster – der innere Schweinehund	78
	Positive Verhaltensmuster mit dem Kunden erleben.	83
	Positive Kontakte prägen positive Verhaltensmuster	85
	Die Kugel fällt.	85
	Vertrauen.	86
	Der Schuhüberzieher.	86
	Vertrauen als Fundament für die Zukunft.	86
	Literatur.	87
9	Die Sales-Signs – Kunden körpersprachlich lesen lernen	89
	Die Wissenschaft hinter den Sales-Signs	89
	Die Mimik enthüllt die Gedanken.	89
	Einwände und Wunschnsignale in der Mimik können nicht unterdrückt werden.	90
	Sieben angeborene Emotionen	90
	Einwände zeigen sich in der Mimik	90
	Mimik lesen als Erfolgsgarant	91
	Der Rumpelstilzchen-Effekt	91
	Was Stress mit Erwartungen zu tun hat	92
	Bedürfnis und Motivation	93
	Vorwand oder Einwand.	94
	Das körpersprachliche Standardverhalten.	96
	Was ist noch wichtig zu wissen?	98
	Vermeidungs- und Annäherungsmotivation	98
	Körpersprachliche Stresssignale	141
	Fazit der Sales-Signs.	147

Fakt oder Fake – das Arme verschränken bedeutet Ablehnung	148
Wie die eigene Körpersprache wirkt.	149
Warum es als Verkäufer wichtig ist, alle Zeichen zu kennen und zu verstehen	150
Literatur.	151
10 Persönlichkeitstypen – den Kunden verstehen lernen	155
Hokuspokus oder Wissenschaft?.	155
Kunden verstehen – nicht manipulieren!	162
Was es zu beachten gilt.	162
Herausforderungen der Kommunikation – Sender und Empfänger	162
Was haben Chamäleons und Verkäufer gemeinsam?	163
Das Beziehungsgeschäft	163
Farbmodelle nerven mich!	164
Die vier Verkaufscharaktere – kurz erklärt	164
Jack Schnell – Der Visionär mit Charisma (Abb. 10.1)	165
Jonny Kontrolletti – Der kontrollierte Perfektionist (Abb. 10.2)	169
Wie wirke ich auf meine Kunden?	182
Fazit.	183
Literatur.	184
11 Mehr verkaufen im Hotel- und Gastgewerbe.	185
Suggestiv-Fragen	185
Glückliche Gäste und mehr Trinkgeld	186
Einfach mal machen!	189
Literatur.	189
12 Struktur im Verkauf	191
Erste Kontakte.	191
Praxistipp: Erstkontakt online.	192
Praxistipp: Erstkontakt offline	192
Die Bedarfsanalyse	193
Praxistipp: Bedarfsanalyse	199
Das Angebot	199
Praxistipp: Wording	200
Praxistipp: Die Uhrzeit der Präsentation.	201
Praxistipp: Warme oder kalte Getränke	201
Praxistipp: Sitzhärte	202
Die Angebotspräsentation.	202
Der Abschluss	204
Praxistipp: Preis-Verhandlungen.	205
Praxistipp: Nachfassen	207
Praxistipp After-Sales & Weiterempfehlungen.	209
Literatur.	210

13	Was Sie als Heartseller aus diesem Buch in Ihre Praxis mitnehmen können	211
	Warum Dankbarkeit Sie zu einem erfolgreicherem Verkäufer macht:	
	Die Wissenschaft.	212
	Das Fazit für Sie als Verkäufer	213
	Meine Dankbarkeit	214