

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	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
<b>2</b>	<b>Was ist Verkaufen?</b>	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
<b>3 Warum kaufen Kunden nicht? .....</b>	<b>25</b>
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
<b>4 Was wünschen sich Kunden von Verkäufern? .....</b>	<b>41</b>
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
<b>5 Was zeichnet Topverkäufer aus? Das Wort mit E! .....</b>	<b>53</b>
Empathie .....	53
Emotionen .....	54
EQ – Der emotionale Intelligenzquotient .....	56
Erfolg .....	60
Literatur.....	61
<b>6 Der erste Kontakt und der erste Eindruck .....</b>	<b>63</b>
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
<b>7 Die Macht der Worte .....</b>	<b>69</b>
Zuhören.....	69
Zuhör-Typen .....	70
Worte.....	71
<b>8 Neurowissenschaft trifft auf Verkauf .....</b>	<b>73</b>
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
<b>9 Die Sales-Signs – Kunden körpersprachlich lesen lernen.....</b>	<b>89</b>
Die Wissenschaft hinter den Sales-Signs .....	89
Die Mimik enthüllt die Gedanken.....	89
Einwände und Wunschsignale 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
<b>10 Persönlichkeitstypen – den Kunden verstehen lernen.....</b>	<b>155</b>
Hokusokus 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
<b>11 Mehr verkaufen im Hotel- und Gastgewerbe.....</b>	<b>185</b>
Suggestiv-Fragen .....	185
Glückliche Gäste und mehr Trinkgeld .....	186
Einfach mal machen! .....	189
Literatur.....	189
<b>12 Struktur im Verkauf.....</b>	<b>191</b>
Erste Kontakte.....	191
Praxistipp: Erstkontakt online.....	192
Praxistipp: Erstkontakt offline .....	192
Die Bedarfsanalyse .....	193
Praxistipp: Bedarfsanalyse .....	199
Das Angebot .....	199
Praxistipp: Wordung .....	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

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