

Impuls 1 – A wie After Sales	1
Service- und Verkaufsmentalität aufbauen	2
Übung: Maßnahmenplan zur Umsetzung von After Sales	5
 Impuls 2 – A wie Agilität im Innendienst	7
Das Daily Meeting als Schlüsselement des agilen Arbeitens	8
Weitere agile Faktoren beachten	9
Übung: Analysieren Sie Ihre agilen Kompetenzen und bauen Sie sie aus	10
Literatur	13
 Impuls 3 – A wie Aktive Akquisition	15
Zehn Booster-Tipps zur Aktiven Akquisition für Verkaufsmitarbeitende im Innendienst und am Telefon	16
Zehn Wow-Motivationstipps für Mitarbeitende im Inside Sales	17
Übung: Setzen Sie sich mit Ihren Handlungsmotiven auseinander	19
 Impuls 4 – A wie Auftragsabwicklung	21
Von der Auftragsabwicklung zur Auftragstransformation	22
Übung: Verkaufsaktive Auftragstransformation	25

XIV Inhaltsverzeichnis

Impuls 5 – B wie Beratung	27
Bauen Sie Beratungskompetenz auf	28
Übung: Stärken Sie Ihren Veränderungswillen	31
Literatur	31
 Impuls 6 – Beziehungsmanagement	33
Mit sieben Praxistipps zur lebenslangen Kundenbeziehung	34
Übung: Vermeiden Sie beim Beziehungsaufbau negative Sprachmuster und entwickeln Sie beziehungsorientierte Musterformulierungen	39
Literatur	40
 Impuls 7 – C wie Challenger Sale	41
Der Kundenengpass als Herausforderung (Challenge)	42
Übung: Sind Sie geeignet und motiviert, den Challenger-Sale-Ansatz umzusetzen?	45
Literatur	46
 Impuls 8 – C wie Cross-Selling und Up-Selling	47
Mit Zusatzverkauf Kundennutzen nochmals steigern	48
Puzzleteile für den kundenorientierten Zusatzverkauf	49
Übung: Kunden mehrwertorientierten Lösungsverkauf bieten	51
Literatur	53
 Impuls 9 – C wie Customer Journey	55
Der Innendienst als Touchpoint auf der Customer Journey	56
Übung: Betreiben Sie „Nurturing“	59
Literatur	60
 Impuls 10 – D wie Dream-Team	61
Die Vorteile der Tandemlösung	62
Value Selling und Solution Selling im Fokus	62

Tandem als Dream-Team	63
Zwanzig Umsetzungstipps für intelligente Tandemlösungen	64
Motivation: Den Beteiligten die Annahme der neuen Rollen erleichtern	66
Übung: Setzen Sie die Umsetzungstipps für Innendienstmitarbeiter um	67
Literatur	68
 Impuls 11 – E wie Einwandbehandlung	69
Fünf Prinzipien für einen erfolgreichen Umgang mit Einwänden	70
Geländer gibt Sicherheit: Die 6A-Methode der erfolgreichen Einwandbehandlung	71
Übung: Bereiten Sie sich auf Ihre Einwandbehandlung systematisch vor	74
 Impuls 12 – F wie Fragetechniken	77
Die zehn Top-Fragetechniken des wahrhaftigen Interesses	78
Halten Sie den Dialog offen	79
Treiben Sie den Dialog voran	80
Sichern Sie den Dialog ab	80
Den Kunden nicht verärgern	81
Übung zur Selbstmotivation: Trainieren Sie die zehn Top-Fragetechniken	81
 Impuls 13 – G wie Gesprächsführung	83
Gesprächsleitfaden verkaufsaktiver aufbauen	83
Mit Fragen und der ZUAP-Methode überzeugen	84
Sehen, hören, fühlen, schmecken und riechen	85
Einwände behandeln und Abschluss vorbereiten	86
Übung: Analysieren und optimieren Sie Ihre verkaufsaktive Gesprächsführung	87
Literatur	88

Impuls 14 – H wie Haltung zur Veränderungsbereitschaft	89
Haltung des Gelingens aufbauen und Motivation von innen heraus anstreben	90
Übung: Haltung des Gelingens aufbauen	93
Literatur	94
 Impuls 15 – I wie Inside Sales	95
Warum überhaupt Inside Sales? Was ist der Nutzen?	96
Welche Kunden sollen durch Inside Sales betreut werden?	99
Welche Kompetenzen brauchen Mitarbeitende im Inside Sales?	99
Übung: Motivations-Check zur Arbeit im Inside Sales	100
 Impuls 16 – I wie Interesse wecken	101
Interesse wecken durch authentisches Interesse zeigen	102
Den Aufmerksamkeitsgrad des Kunden erhöhen	102
Übung: Individuelle Interessewecker als Schmerz- oder Freudehebel aufbauen	105
 Impuls 17 – J wie Ja-Wort des Kunden erhalten	107
Verbindlichkeit und Commitment mit sich selbst	107
Verbindlichkeit und Commitment mit dem Kunden	108
Übung: Formulieren Sie verbindlich und stellen Sie Verbindlichkeit her	112
 Impuls 18 – K wie Kommunikationsstrategien (verkaufsaktive)	115
Mit verkaufsaktiver Kommunikationsstrategie zum „verkaufsextravertierten“ Gestalter	116
Strategien für Nachfassaktionen und Nutzenargumentation	118
Übung zur Nutzenargumentation: Erstellen Sie eine Nutzentabelle	121
 Impuls 19 – K wie Kompetenzen und Mindset eines Inside-Sales-Mitarbeiters	123
Verkaufsaktives Mindset: Ihre innere Einstellung ist entscheidend	124

Entwickeln Sie die für Ihre Tätigkeit erforderlichen Kompetenzen	125
Übung: Entwickeln Sie sich zu einem modernen Verkaufsmitarbeiter im Innendienst	126
Literatur	129
 Impuls 20 – K wie Kundenmanagement und Kundentypen	131
Der Platinweg zum gelungenen Kundenmanagement	132
In der Pole-Position: Die Challenger-Customer-Typen	133
Übung: Trainieren Sie den Einsatz der Kundentypologie	136
 Impuls 21 – L wie Lieferanten managen, Kunden zurückgewinnen und Empfehlungen generieren	139
Lieferanten professionell managen	139
Verlorene Kunden zurückgewinnen	141
Empfehlungen generieren	143
Übung: Die richtige Empfehlungsfrage finden	143
Literatur	144
 Impuls 22 – M wie Minutenpräsentation	145
In der Kürze der Botschaft liegt die Würze	146
Die Fünf-Elemente-Struktur beachten	147
Minutenpräsentation mit starker Wirkung kreieren	148
Übung: Motivationsübung macht den Meister – verfassen Sie eine Minutenpräsentation	149
 Impuls 23 – N wie Nutzen des Kunden erhöhen	151
Der nutzenorientierte Kundencoach und sein Innovationsdrang	152
Gemeinsam sind wir stark	153
Übung: Entwickeln Sie sich zum Kundencoach	155
Literatur	156
 Impuls 24 – O wie Online- und Videoberatung	157
„Sitzen Sie an Ihrem Rechner?“	158
Beratung von Angesicht zu Angesicht	159

Übung: Wie ist es um Ihre Kompetenzen im Bereich der Online- und Videoberatung bestellt?	161
Literatur	162
Impuls 25 – P wie Planungs- und Organisationsmanagement	163
Der Klassiker: Ziele festlegen und Prioritäten setzen	164
Optimieren Sie den Umgang mit dem Telefon und den E-Mails	165
Übung: Planvoll handeln	168
Impuls 26 – P wie Preisverteidigung	171
Zeigen Sie sich überzeugt von Ihrem Preis	172
Übung: Selbstmotivation in fünf Schritten – keine Angst vor dem Preis!	175
Impuls 27 – Q wie Qualitäts- und Erfolgsmessung	177
Nutzen Sie elementare Kennzahlen als Navigator	178
Übung: Mit Kennzahlen zur Verbesserung	181
Impuls 28 – R wie Reklamationsbehandlung	183
Den richtigen Ton treffen	184
Paradoxe Situation herbeiführen und nutzen	185
Übung: Selbstmotivation – so gelangen Sie zu einer kundenorientierten Reklamationsbehandlung	186
Literatur	188
Impuls 29 – S wie Sales Development Representative	189
Auf der Suche nach dem „idealen Interessenten und Kunden“	190
Die drei wichtigsten innovativen Aufgaben des SDR	191
Übung: Reif für die Veränderung?	193
Impuls 30 – T wie Telefonieren	195
Das Ziel: Gehen Sie mit Ihrem Alltagsinstrument kreativ um	196
Übung: Entwickeln Sie einen kreativen Gesprächsleitfaden	200
Literatur	200

Impuls 31 – U wie Umsatz- und Ertragsplanung	201
Die Bedeutung der Schlüsselkennzahlen	202
Übung: Verbessern Sie Ihre ökonomische Performance durch zielgerichtete verkaufsaktive Tätigkeiten	205
Literatur	205
 Impuls 32 – U wie Unique Value Proposition	207
Verschaffen Sie sich Klarheit über Ihre Alleinstellungsmerkmale	208
Der Inside-Sales-Mitarbeiter als Differenzierungsfaktor	209
Übung: Selbstmanagement – analysieren Sie Ihre Fähigkeit, Kunden mit Alleinstellungsmerkmalen zu überzeugen	210
 Impuls 33 – V wie Verhaltensweisen im direkten Kundenkontakt	213
Die Grundzüge der vier Farbtypen	214
Strategien zum Verhalten im konkreten Kundenkontakt am Telefon	216
Übung: Setzen Sie die Strategien ein	220
Literatur	220
 Impuls 34 – V wie Verhandlungsführung	221
Entwickeln Sie Ihre individuelle Vorgehensweise	222
Übung: Vermeiden Sie bei Ihrer Verhandlungsführung grobe Fehler	226
Literatur	228
 Impuls 35 – W wie Weiterbildung	229
Qualifikationsgespräch führen und Weiterbildungsmaßnahmen einfordern	230
Eigeninitiativ Weiterbildung und Selbstcoaching planen und umsetzen	231
Positive Affirmationen: „Just do it!“	232
Übung: Erstellen Sie Ihren persönlichen Selbstcoaching-Umsetzungsplan	234

Impuls 36 – W wie Wortwahl und Rhetorik	237
Jedes Wort kann entscheidend sein!	238
Übung: Sprachlich und rhetorisch überzeugend argumentieren	242
Literatur	242
 Impuls 37 – X wie X-Faktor für Kundenbegeisterung	243
Der Primat der Emotionen	244
Übung: Optimieren Sie Ihre Kompetenz, den X-Faktor der Kundenbegeisterung zu erzeugen	248
 Impuls 38 – Y wie Yoga am Arbeitsplatz	249
Fit am Schreibtisch – für den Schreibtisch	250
Übung: Bauen Sie Stretchingübungen in Ihren Arbeitsalltag ein	253
Literatur	254
 Impuls 39 – Z wie Zeitmanagement	255
Effizienz und Effektivität anstreben	255
Übung: Stöbern Sie Ihre Störquellen auf und beseitigen Sie sie	259
Literatur	260
 Impuls 40 – Z wie Zusammenarbeit mit Außendienst	261
Das Verhältnis zwischen Innen- und Außendienst überprüfen und optimieren	262
Das Fundament: Eine Top-Datenbank	262
Die Harmonie muss stimmen	264
Vertrieb aus der Ferne und in Kundennähe	265
Übung: Gehen Sie in die Selbstreflexion – ist die Entwicklung zum verkaufsaktiven Inside-Sales-Mitarbeitenden sinnvoll?	266
Literatur	267
 Schlussbetrachtung	269
 Stichwortverzeichnis	273