

*Hermann Scherer*

# Ganz einfach verkaufen

*Die 12 Phasen  
des professionellen  
Verkaufsgesprächs*

GABAL

# Inhalt

<b>Vorwort: Verkaufen als Königsdisziplin . . . . .</b>	<b>9</b>
<b>Einführung. . . . .</b>	<b>11</b>
<b>1. Vorbereitung . . . . .</b>	<b>18</b>
Informationsbeschaffung . . . . .	20
Zuständigkeiten. . . . .	22
Gesprächsziele. . . . .	23
Gesprächsstrategie . . . . .	24
Kundennutzen . . . . .	25
Aufreten und Erscheinungsbild . . . . .	26
Zeit- und Routenplanung. . . . .	26
Selbstverständnis . . . . .	28
<b>2. Eigenmotivation . . . . .</b>	<b>32</b>
Einstimmung . . . . .	32
Quellen der Motivation . . . . .	33
Schnell in Superstimmung . . . . .	35
Ja, ich bin gerne Verkäufer . . . . .	36
Den Kunden kennen heißt den Kunden mögen . . . . .	37
<b>3. Begrüßung . . . . .</b>	<b>40</b>
Der erste Eindruck entscheidet. . . . .	41
Der wohldosierte Händedruck . . . . .	47
Namen sind nicht nur Schall und Rauch . . . . .	48
Atmosphäre schaffen . . . . .	49
Von der Begrüßung zur Beziehung . . . . .	51
<b>4. Gesprächseinstieg . . . . .</b>	<b>53</b>
Persönliche Kontaktaufnahme . . . . .	53
Eröffnung des Fachgesprächs. . . . .	55

Aufmerksamkeit gewinnen . . . . .	57
Mit dem Kunden auf einer Ebene . . . . .	59
Vertrauen gewinnen . . . . .	60
<b>5. Bedarfsanalyse . . . . .</b>	<b>63</b>
Das Herzstück des Verkaufs . . . . .	64
Der Kunde will Beratung . . . . .	65
Fragen, Fragen, Fragen. . . . .	66
Kaufmotive . . . . .	69
Wissen und Unwissenheit. . . . .	70
<b>6. Präsentation . . . . .</b>	<b>73</b>
Der Verkäufer als Problemlöser und Prozessbegleiter . . . . .	74
Gekonnt präsentieren . . . . .	76
Individuellen Nutzen bieten . . . . .	78
Die Kraft der Sprache . . . . .	80
Bildhaftigkeit schafft Überzeugungskraft. . . . .	83
<b>7. Einwandbehandlung . . . . .</b>	<b>86</b>
Die Einschätzung von Einwänden . . . . .	86
Einwände wirkungsvoll begegnen . . . . .	88
Versteckte Einwände aus dem Weg räumen . . . . .	91
<b>8. Preisverhandlung . . . . .</b>	<b>93</b>
Preis-Leistungs-Verhältnis . . . . .	94
Preise verteidigen. . . . .	95
Alternativen schaffen. . . . .	96
Zugeständnisse in anderer Form. . . . .	97
Weitere nützliche Verhandlungsstrategien . . . . .	98
<b>9. Die Kaufbereitschaft herbeiführen . . . . .</b>	<b>102</b>
Vom Wunsch zur Wirklichkeit . . . . .	102
Das Gespräch zusammenfassen . . . . .	104
Offene Fragen klären. . . . .	105
Die Entscheidungsfreude stärken . . . . .	106

<b>10. Abschluss . . . . .</b>	<b>108</b>
Die Angst des Verkäufers vor dem Abschluss. . . . .	108
Zehn Tipps für einen erfolgreichen Abschluss. . . . .	110
Der vorläufige und der endgültige Abschluss . . . . .	115
<b>11. Verabschiedung . . . . .</b>	<b>117</b>
Dem Kunden gratulieren . . . . .	117
Vielleicht beim nächsten Mal. . . . .	117
„Danke“ ist ein wunderbares Wort . . . . .	118
Die künftige Zusammenarbeit . . . . .	118
<b>12. Nachbereitung . . . . .</b>	<b>121</b>
Nach dem Kauf ist vor dem Kauf . . . . .	121
Teamwork . . . . .	122
Analyse der Kundenzufriedenheit . . . . .	122
König Kunde . . . . .	123
Dokumentation. . . . .	124
Neue Aktionen einleiten. . . . .	124
kontakte pflegen und nutzen . . . . .	125
<b>Schlusswort: Die Herzen erobern . . . . .</b>	<b>128</b>
<b>Literatur- und Quellenhinweise . . . . .</b>	<b>130</b>
<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>132</b>
<b>Über den Autor . . . . .</b>	<b>135</b>