

Hermann Scherer

Ganz einfach verkaufen

*Die 12 Phasen
des professionellen
Verkaufsgesprächs*

GABAL

Inhalt

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

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

10. Abschluss	108
Die Angst des Verkäufers vor dem Abschluss.	108
Zehn Tipps für einen erfolgreichen Abschluss.	110
Der vorläufige und der endgültige Abschluss	115
 11. Verabschiedung	 117
Dem Kunden gratulieren	117
Vielleicht beim nächsten Mal.	117
„Danke“ ist ein wunderbares Wort	118
Die künftige Zusammenarbeit	118
 12. Nachbereitung	 121
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
 Schlusswort: Die Herzen erobern.	 128
 Literatur- und Quellenhinweise	 130
Stichwortverzeichnis	132
Über den Autor	135