

# Auf einen Blick

<b>Einführung</b> .....	<b>17</b>
<b>Teil I: Die Kunst des Verkaufens</b> .....	<b>23</b>
<b>Kapitel 1:</b> Was ist Verkaufen? .....	25
<b>Kapitel 2:</b> Die sieben Phasen des Verkaufs .....	35
<b>Kapitel 3:</b> Das Verkaufen zum Hobby machen – alles eine Frage Ihrer Einstellung .....	45
<b>Teil II: Ihre Hausaufgaben machen</b> .....	<b>63</b>
<b>Kapitel 4:</b> Alles, was Sie nicht wissen, reduziert Ihre Chancen auf Erfolg .....	65
<b>Kapitel 5:</b> Produktkenntnisse .....	95
<b>Kapitel 6:</b> Technische Hilfsmittel nutzen .....	103
<b>Teil III: Die Anatomie eines Verkaufs</b> .....	<b>111</b>
<b>Kapitel 7:</b> Menschen finden, die brauchen, was Sie anbieten .....	113
<b>Kapitel 8:</b> Einen Kontakt aufnehmen und eine angenehme Atmosphäre schaffen .....	135
<b>Kapitel 9:</b> Der qualifizierte Weg zum Erfolg .....	159
<b>Kapitel 10:</b> Erfolgreiche Präsentationen .....	175
<b>Kapitel 11:</b> Einwände behandeln .....	191
<b>Kapitel 12:</b> Den Verkauf abschließen .....	205
<b>Kapitel 13:</b> Empfehlungen von Kunden bekommen .....	227
<b>Teil IV: Der Aufbau eines Geschäftes</b> .....	<b>239</b>
<b>Kapitel 14:</b> Kundenpflege und Kundenbindung .....	241
<b>Kapitel 15:</b> Mit dem Internet zu mehr Verkäufen kommen .....	255
<b>Kapitel 16:</b> Planen Sie Ihre Zeit effizient .....	263
<b>Teil V: Sie können nicht immer gewinnen</b> .....	<b>283</b>
<b>Kapitel 17:</b> Mit Fehlern und Ablehnung umgehen .....	285
<b>Kapitel 18:</b> Sich durch Ziele festlegen .....	297
<b>Teil VI: Der Top-Ten-Teil</b> .....	<b>307</b>
<b>Kapitel 19:</b> Die zehn größten Verkaufsfehler .....	309
<b>Kapitel 20:</b> Zehn Methoden, Ihr Verkaufen zu verbessern .....	315
<b>Kapitel 21:</b> Zehn Eigenschaften professioneller Überzeugungskünstler .....	319
<b>Kapitel 22:</b> Zehn fortgeschrittene Abschlusstechniken .....	323
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>329</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einführung</b>	<b>17</b>
Über dieses Buch	17
Wer sollte dieses Buch lesen?	18
Konventionen in diesem Buch	19
Wie dieses Buch aufgebaut ist	19
Wie es weitergeht	21
 <b>TEIL I:</b>	
<b>DIE KUNST DES VERKAUFENS</b>	<b>23</b>
 <b>Kapitel 1</b>	
<b>Was ist Verkaufen?</b>	<b>25</b>
Was Verkaufen ist	25
Wie Verkaufen funktioniert	27
Telemarketing	27
Direktwerbung	28
E-Mail-Marketing	28
Das Internet	30
Persönlicher Verkauf	31
Was Verkaufsfähigkeiten für Sie tun können	32
 <b>Kapitel 2</b>	
<b>Die sieben Phasen des Verkaufs</b>	<b>35</b>
Schritt 1: Kontaktabbau	35
Schritt 2: Kontaktaufnahme	37
Schritt 3: Qualifizierung	39
Schritt 4: Präsentation	40
Schritt 5: Einwandbehandlung	41
Schritt 6: Kaufabschluss	42
Schritt 7: Weiterempfehlung	42
 <b>Kapitel 3</b>	
<b>Das Verkaufen zum Hobby machen – alles eine Frage Ihrer Einstellung</b>	<b>45</b>
Ihre Zufriedenheit mit Ihrem Job gründlich und nüchtern beurteilen	46
Wodurch sich Hobbys von Jobs unterscheiden	48
Die Einstellung macht den Unterschied	49
Persönliches Interesse gibt den Dingen Bedeutung	49
Wissen gegen Neugier tauschen	52
Lernen zu einer Lebensaufgabe machen	52
Produktive Fehler akzeptieren	54

## 8 Inhaltsverzeichnis

Die Lernkurve – vom Anfänger zum Könner .....	56
Unbewusste Inkompetenz .....	56
Bewusste Inkompetenz .....	57
Bewusste Kompetenz .....	59
Unbewusste Kompetenz .....	59
Gerne verkaufen, was Kunden gerne kaufen .....	60

## **TEIL II: IHRE HAUSAUFGABEN MACHEN ..... 63**

### **Kapitel 4 Alles, was Sie nicht wissen, reduziert Ihre Chancen auf Erfolg ..... 65**

Warum Informationssammlung so wichtig ist .....	66
Bei null anfangen: Klienten in- und auswendig kennen lernen .....	68
Mit verschiedenen Käufertypen arbeiten .....	69
Käufertyp 1: Der verlässliche Volker .....	70
Käufertyp 2: Der feilschende Fritz .....	70
Käufertyp 3: Die tüchtige Therese .....	71
Käufertyp 4: Der unberechenbare Ulrich .....	71
Käufertyp 5: Der nörgelnde Norbert .....	71
Käufertyp 6: Die perfektionistische Paula .....	72
Käufertyp 7: Die dominante Donna .....	73
Käufertyp 8: Der kontrollierende Konrad .....	73
Käufertyp 9: Die zynische Zarah .....	73
Kulturelle Eigenheiten beachten .....	74
Namen richtig schreiben und aussprechen .....	76
Gesprächstermine vereinbaren .....	76
Die eigene Visitenkarte überreichen .....	77
Den persönlichen Raum respektieren .....	78
Neue Menschen kennen lernen und begrüßen .....	78
Präsentationen geben .....	79
Geschenke machen .....	79
Sich angemessen kleiden .....	80
Ungezwungen auswärts essen gehen .....	80
Auf die Ängste Ihrer Kunden eingehen .....	81
Die Angst vor Verkäufern .....	81
Die Angst vor dem Versagen .....	82
Die Angst vor Schulden .....	83
Die Angst vor Lügen .....	84
Die Angst vor dem Unbekannten .....	84
Die Angst vor der Wiederholung schlechter Erfahrungen .....	84
Die Angst, die durch andere ausgelöst wird .....	85
Die richtigen Worte wählen .....	85
Die geeigneten Worte wählen .....	85
Die Sprache des Kunden sprechen .....	88
Den eigenen Wortschatz erweitern .....	89
Dem Kunden richtig zuhören lernen .....	92

## Kapitel 5

<b>Produktkenntnisse</b> .....	<b>95</b>
Was der Verkäufer wissen muss .....	95
Wo die benötigten Informationen zu finden sind .....	97
Schulungskurse besuchen und Produktbeschreibungen lesen .....	98
Mit Kunden reden .....	99
Das Wissen von Kollegen anzapfen .....	99
Die Mitbewerber im Auge behalten .....	101

## Kapitel 6

<b>Technische Hilfsmittel nutzen</b> .....	<b>103</b>
Ihr Platz in der »New Economy« .....	103
Angst vor der Technik überwinden .....	104
Eine positive Einstellung zu Veränderungen finden .....	105
Das Verkaufen mit Technik einfacher machen .....	105
PowerPoint in Präsentationen einsetzen .....	106
Die Kundenbetreuung mit	
Kontaktverwaltungssoftware organisieren .....	106
Technische Geräte .....	109
Kunden helfen, Sie zu erreichen .....	109

## TEIL III:

<b>DIE ANATOMIE EINES VERKAUFS</b> .....	<b>111</b>
--	------------

## Kapitel 7

<b>Menschen finden, die brauchen, was Sie anbieten</b> .....	<b>113</b>
Das Gold finden – an der richtigen Stelle anfangen .....	114
Potenzielle Kunden in der Familie und unter Freunden suchen .....	115
Sich in der großen, weiten Welt umschaun .....	116
Die Hilfe von Experten in Anspruch nehmen .....	117
Firmeneigene Listen nutzen .....	119
Post, E-Mail, Telefon und persönliche Besuche nutzen .....	119
Die richtigen Leute finden: Bewährte Strategien der Kontakthanbahnung .....	121

## Kapitel 8

<b>Einen Kontakt aufnehmen und eine angenehme Atmosphäre schaffen</b> .....	<b>135</b>
Die Grundlagen der Kontaktaufnahme mit Interessenten .....	136
Potenzielle Kunden zuerst per Telefon ansprechen .....	137
Schritt 1: Begrüßung .....	138
Schritt 2: Vorstellung .....	139
Schritt 3: Dank für die Bereitschaft zuzuhören .....	139
Schritt 4: Zweck Ihres Anrufes .....	140
Schritt 5: Termin für ein persönliches Gespräch vereinbaren .....	141
Schritt 6: Dank für das Gespräch am Ende .....	142
Schritt 7: Dank für das Gespräch per Brief oder E-Mail .....	142

Zähe Entscheidungsträger erreichen .....	143
Am Empfang vorbeikommen .....	143
Mit dem Assistenten des Entscheidungsträgers arbeiten .....	144
Kreative Methoden, den Entscheidungsträger zu treffen .....	144
Einen guten ersten Eindruck machen .....	145
Kleider machen Leute .....	146
Was sagt Ihre Körpersprache aus? .....	146
Rapport zu Ihren Kunden herstellen .....	147
Die Kunden dazu bringen, Sie zu mögen und Ihnen zu vertrauen .....	149
Verkaufen im Einzelhandel .....	153
Eine gemeinsame Basis aufbauen .....	155
Lockere, zielgerichtete Konversation .....	155
Machen Sie Ihrem Kunden Komplimente .....	156
Vermeiden Sie Kontroversen .....	157
Die Sprechgeschwindigkeit an den Kunden anpassen .....	157

## Kapitel 9

### Der qualifizierte Weg zum Erfolg ..... 159

Verkaufslektionen eines vergammelten Fernsehdetektivs .....	160
Rampenlicht meiden .....	161
Immer alles notieren .....	161
Leuten das Gefühl geben, wichtig zu sein .....	162
Normale und harmlose Fragen stellen .....	162
Auf verbale und nonverbale Antworten achten .....	162
An Antworten anknüpfen .....	162
Spannungen abbauen .....	163
Einen einfühlsamen Tonfall wählen .....	163
Ankündigen, in Kontakt zu bleiben .....	164
Grundlagen der Kundeneinschätzung .....	164
»J« steht für »jetzt« .....	166
»U« steht für »Ungezügelter Freude« .....	166
»W« steht für »Wandel« .....	166
»E« steht für »Entscheider« .....	167
»L« steht für »Lösungen« .....	168
Mit Fragen zum Erfolg .....	169
Die Festlegungsfrage .....	172
Die Alternativfrage .....	173
Die Als-ob-Frage .....	174

## Kapitel 10

### Erfolgreiche Präsentationen ..... 175

Mehr als einen Fuß in die Tür bekommen .....	175
Die Meinungsbildner identifizieren .....	176
Sich kurz fassen .....	177
Passende Pausen fördern den Erfolg .....	178
Das ABC der Präsentation .....	178
Die Sprache des Kunden sprechen .....	179
Die Sprechgeschwindigkeit beachten .....	179

Worte aus der Besitzerperspektive wählen .....	180
Grammatik, Syntax und Vokabular der Körpersprache entziffern .....	180
Fernpräsentationen richtig anpacken .....	182
Das Produkt muss der Star sein .....	183
Aus dem Bild gehen. ....	183
Die Kontrolle behalten. ....	184
Die Kunst der Visualisierung meistern .....	184
Die visuellen Hilfsmittel Ihres Unternehmens einsetzen .....	185
Eigene visuelle Hilfsmittel entwickeln .....	186
Produkte vorführen .....	187
Stolpersteine bei Präsentationen umgehen .....	188
Steckdosen und Verlängerungskabel .....	188
Dafür sorgen, dass Ihre visuellen Hilfsmittel in Ordnung sind .....	189
So viel wie möglich an den Kunden anpassen .....	190

## Kapitel 11

### Einwände behandeln ..... 191

Die Signale des potenziellen Kunden lesen .....	192
Einige einfache Strategien der Einwandbehandlung .....	194
Einwände komplett umgehen .....	194
Dem Interessent helfen, den Mehrwert zu erkennen .....	195
Einwände vorwegnehmen .....	195
Gebote und Verbote der Einwandbehandlung .....	198
Anerkennen, dass der Einwand berechtigt ist .....	198
Einwände durch den Interessenten selbst entkräften lassen .....	198
Nicht mit dem Interessenten streiten .....	199
Einen Einwand niemals kleinreden .....	199
Sechs einfache Schritte, Einwände zu behandeln .....	199
Schritt 1: Dem Kunden gut zuhören .....	201
Schritt 2: Einwände wiederholen .....	201
Schritt 3: Den Einwand hinterfragen .....	201
Schritt 4: Auf den Einwand eingehen .....	202
Schritt 5: Ihre Antwort bestätigen lassen .....	202
Schritt 6: Übrigens .....	202

## Kapitel 12

### Den Verkauf abschließen ..... 205

Manchmal müssen Sie nur fragen .....	206
Abschlussfragen und Aussagen einsetzen .....	210
Blockaden und Ängste Ihres Interessenten überwinden .....	216
Eine Lektion von Benjamin Franklin .....	217
Den letzten Einwand hinter einer vagen Verzögerung erkennen .....	221
Auf »Es ist zu teuer« reagieren .....	222
Kosten auf einen lächerlichen Betrag reduzieren .....	222
Einen indirekten Vergleich bringen .....	224
Eine ähnliche Situation zitieren .....	224
Auf Wettbewerbsvorteile anspielen .....	225

<b>Kapitel 13</b>	
<b>Empfehlungen von Kunden bekommen</b>	<b>227</b>
Wo und wann finden Sie Empfehlungsquellen?	228
Wo Sie Empfehlungsquellen finden	229
Wann Sie Empfehlungen erhalten	231
Sieben Schritte, um Empfehlungen zu bekommen	232
Schritt 1: Helfen Sie Ihrem Kunden, an bestimmte Personen zu denken, die er kennt	233
Schritt 2: Schreiben Sie die Namen der empfohlenen Personen auf Karten	234
Schritt 3: Stellen Sie qualifizierende Fragen über diese empfohlenen Personen	234
Schritt 4: Fragen Sie nach Adressen und Telefonnummern	234
Schritt 5: Ermitteln Sie die Adressen im Telefonbuch	235
Schritt 6: Bitten Sie den Kunden, die empfohlenen Personen anzurufen und für Sie einen Termin zu vereinbaren	235
Schritt 7: Bitten Sie den Kunden, seinen Namen verwenden zu dürfen, wenn Sie Kontakt aufnehmen	236
Wie man Termine mit empfohlenen Personen vereinbart	236
 <b>TEIL IV:</b>	
<b>DER AUFBAU EINES GESCHÄFTES</b>	<b>239</b>
 <b>Kapitel 14</b>	
<b>Kundenpflege und Kundenbindung</b>	<b>241</b>
Wann sollten Sie bei wem nachfassen?	242
Methoden der Kundenpflege	244
Telefon	244
Direktes Anschreiben per Post	245
E-Mail	246
Sich an die Wichtigkeit von Danksagungen erinnern	246
Ergebnisse der Kundenpflege maximieren	249
Kundenpflege systematisch betreiben	250
Den Kunden nicht lästig werden	251
Ein Erfolgstagebuch führen	253
 <b>Kapitel 15</b>	
<b>Mit dem Internet zu mehr Verkäufen kommen</b>	<b>255</b>
Der positive Einfluss des Internets auf den Beruf des Verkäufers	255
Besser als die Tageszeitung	256
Besser als Mundpropaganda	256
Besser als Vermutungen	257
Das Internet zum eigenen Vorteil nutzen	258
Kontakte online anbahnen	258
Online präsentieren und verkaufen	259
Kontakt mit Kunden halten	260

**Kapitel 16****Planen Sie Ihre Zeit effizient..... 263**

Zeit investieren statt Zeit auszugeben .....	263
Sich Zeit für die Zeitplanung nehmen.....	266
Vorrangige Aufgaben.....	266
Zweitrangige Aufgaben.....	267
Relativ unwichtige Aufgaben .....	268
Notfälle .....	268
Zeitsurfen auf der Welle der Zukunft .....	269
Die Vergangenheit erforschen.....	269
Das Heute analysieren .....	270
Das Morgen entdecken.....	271
Wann und wo man am besten plant .....	273
Ein ordentlicher Arbeitsplatz spart Zeit .....	274
Nur vorrangige Vorgänge auf dem Tisch behalten.....	275
Die Kontrolle über die Zeit behalten.....	275
Sinnvoll mit dem Telefon umgehen .....	275
Die häufigsten Zeitfallen vermeiden.....	276
Störungen vermeiden.....	280

**TEIL V:****SIE KÖNNEN NICHT IMMER GEWINNEN..... 283****Kapitel 17****Mit Fehlern und Ablehnung umgehen..... 285**

Die wesentlichen Motivatoren.....	286
Geld .....	286
Sicherheit.....	287
Erfolg .....	287
Anerkennung .....	288
Anerkennung durch andere.....	288
Selbstwertgefühl .....	289
Die wesentlichen Demotivatoren .....	289
Der Verlust von Sicherheit .....	290
Selbstzweifel .....	290
Angst vor dem Scheitern.....	290
Wandel.....	291
Das Scheitern überwinden.....	292

**Kapitel 18****Sich durch Ziele festlegen..... 297**

Realistische und wirksame Ziele setzen.....	297
Ziele in Teilziele zerlegen .....	298
Langfristige Ziele .....	298
Mittelfristige Ziele.....	299
Kurzfristige Ziele.....	299
Schreiben Sie Ihre Ziele auf .....	300



<b>TEIL VI:</b>	
<b>Der Top-Ten-Teil .....</b>	<b>307</b>

<b>Kapitel 19</b>	
<b>Die zehn größten Verkaufsfehler .....</b>	<b>309</b>
Das Wesen des Verkaufens nicht verstehen .....	309
Erwarten, dass die Dinge von selbst besser werden .....	310
Zu viel reden, zu wenig zuhören .....	310
Mit falschen Worten jede Verkaufschance zerstören .....	311
Den Zeitpunkt für den Abschluss nicht erkennen .....	311
Die Abschlusstechnik nicht beherrschen .....	312
Mangel an Aufrichtigkeit .....	312
Den Details nicht genügend Aufmerksamkeit widmen .....	313
Sich hängen lassen .....	313
Keine Verbindung zum Kunden halten .....	313

<b>Kapitel 20</b>	
<b>Zehn Methoden, Ihr Verkaufen zu verbessern .....</b>	<b>315</b>
Bereiten Sie sich vor .....	315
Machen Sie einen guten ersten Eindruck .....	315
Finden Sie schnell heraus, ob Sie dem Kunden helfen können .....	316
Geben Sie bei jeder Präsentation 110 Prozent .....	316
Räumen Sie Einwände vollständig aus .....	316
Bestätigen Sie jede Einzelheit .....	317
Fragen Sie nach der Entscheidung .....	317
Erzählen Sie Ihren Kunden von anderen .....	317
Arbeiten Sie beständig .....	317
Seien Sie ein Produkt Ihres Produkts .....	318

<b>Kapitel 21</b>	
<b>Zehn Eigenschaften professioneller</b>	
<b>Überzeugungskünstler .....</b>	<b>319</b>
Der brennende Wunsch, anderen etwas zu beweisen .....	319
Interesse an anderen .....	320
Selbstvertrauen und Selbstbewusstsein .....	320
Mitgefühl für die Menschen, denen sie dienen .....	320
Zielorientiertes Handeln .....	320
Einhaltung des täglichen Arbeitsplans .....	320
Erfüllt im Hier und Jetzt leben .....	321
Positive Lebenseinstellung .....	321
Wissen, dass Menschen wichtiger sind als Geld .....	321
Permanentes Lernen .....	321

**Kapitel 22****Zehn fortgeschrittene Abschlusstechniken..... 323**

Der »Ich wünschte, ich hätte . . .«-Abschluss . . . . .	323
Der »Produktivitäts«-Abschluss . . . . .	323
Der »Die-besten-Dinge-im-Leben«-Abschluss . . . . .	324
Der »Nein«-Abschluss . . . . .	324
Der »Misserfolgs«-Abschluss . . . . .	325
Der »Liebe, alte Mutter«-Abschluss . . . . .	325
Der »Zehn-Mal-Mehr«-Abschluss . . . . .	325
Der »Käufer-Gewissensbiss«-Abschluss . . . . .	326
Der »Das ist im Budget nicht drin«-Abschluss . . . . .	327
Der »Sie-sind-nicht-gut-genug«-Abschluss . . . . .	327

**Stichwortverzeichnis ..... 329**