

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung: Das Temperament-Sales-Modell	1
2	Die Vorbereitung	7
2.1	Der Grundgedanke	9
2.2	Der Verkaufstag eines High-Performers	11
2.3	Das Ritual	12
2.4	Zielfestlegung und Effizienz	15
2.5	Schwierige Kunden und Nicht-Käufer	19
2.6	Niederlagen und das Nein des Kunden	22
2.7	Blockierer und Multiplikatoren	25
2.8	Erzeugung des Ja	27
2.9	Recherche für den Abschluss	29
2.9.1	Von der Recherche zur Anrede	32
2.9.2	Die Auflösung der Story	35
2.9.3	Termin-Pitch	37
2.9.4	Termin-Closing	39
3	Die Präsentation	43
3.1	Grundlagen der Präsentation	45
3.2	Die Bedarfsanalyse	46
3.3	Der Präsentationstermin	49
		VII

VIII Inhaltsverzeichnis

3.4	Die Preisverhandlung	53
3.5	Die Angebotslegung	56
3.5.1	Angebotsfristsetzung in der Angebotslegung 1	60
3.5.2	Umsatzmaximierung in der Angebotslegung	61
3.5.3	Angebotsfristsetzung in der Angebotslegung 2	64
3.5.4	Rückmeldungsvereinbarung innerhalb der Angebotslegung	66
3.5.5	Zusendung der Zusammenfassung	68
3.5.6	Nachfolgetermin in der Angebotslegung	72
4	Die Nachbereitung	79
4.1	Das Nachfolgegespräch	81
4.2	Zwischen den Nachfolgeterminen	86
4.3	Was tun, wenn der Kunde den Auftrag nicht erteilt?	87
4.4	Der Abschluss	89
4.5	Aus einem Nein ein Später machen	91
5	Die Menschenbilder	95
5.1	Differenzierung und Segmentierung	97
5.2	Vier Kategorien von Menschenbildern	101
5.2.1	Persönlichkeitstyp der Roten Insel	104
5.2.2	Persönlichkeitstyp der Blauen Insel	108
5.2.3	Persönlichkeitstyp der Grünen Insel	111
5.2.4	Persönlichkeitstyp der Gelben Insel	114
5.3	Acht Ampelsysteme	116
5.3.1	Persönlichkeitstyp im Ampelsystem Rot-Blau	118
5.3.2	Persönlichkeitstyp im Ampelsystem Rot-Grün	121
5.3.3	Persönlichkeitstyp im Ampelsystem Rot-Gelb	123
5.3.4	Persönlichkeitstyp im Ampelsystem Blau-Rot	125
5.3.5	Persönlichkeitstyp im Ampelsystem Blau-Grün	128
5.3.6	Persönlichkeitstyp im Ampelsystem Blau-Gelb	130
5.3.7	Persönlichkeitstyp im Ampelsystem Grün in allen Variationen	132
5.3.8	Persönlichkeitstyp im Ampelsystem Gelb in allen Variationen	135

6	Die Potenzialeinschätzung	139
6.1	Das Potenzial innerhalb der Sales-Pipeline	141
6.2	Interesse angenommen	145
6.3	Potenzial bestätigt	147
6.4	Angebot abgegeben	149
7	Exkurs: Software- und KI-Lösungsvertrieb mit dem Temperament-Sales-Modell	153
7.1	Erfolgsfaktoren für den Verkauf von Software- und KI-Lösungen	155
7.2	Erfolgreiche Vorbereitung für den Verkauf von Software- und KI-Lösungen	159
7.3	Der Weg zu einem erfolgreichen Vertragsabschluss im Software- und KI-Lösungsvertrieb	163
8	High-Performer wird man durch Übung	169
8.1	Ihr Weg zur High-Performance – beruflich und privat	172
8.2	Checklisten, die Sie weiterbringen	173