

Inhaltsverzeichnis

1.	Der Kreditverkäufer	3
1.1	Der Wandel im Kreditgewerbe: Neun überholte Themen ..	4
1.2	Die Einstellung zum Kreditkunden: Geschäftspartnerschaft	11
2.	Die Kommunikation mit Kreditkunden	21
2.1	Die Gesprächsstörer	22
2.2	Die Gesprächsförderer	24
2.3	Die Gesprächssteuerer	31
2.4	Die kundenorientierte Sprache	41
2.5	Die nichtsprachliche Kommunikation	45
3.	Das systematische Kreditgespräch	49
3.1	Vor dem Gespräch	49
3.2	Die Gesprächseröffnung	51
3.3	Die Bedarfsermittlung	53
3.4	Das kundenspezifische Angebot	56
3.4.1	Die Erläuterung des Angebots	57
3.4.2	Die Demonstration	59
3.4.3	Die Einwandbeantwortung	63
3.4.4	Der Preis im Kreditgespräch	74
3.5	Der Abschluß	83
3.5.1	Die Kaufsignale	83
3.5.2	Die Abschlußmethoden	86
3.5.3	Die Vorwandbeantwortung	93
3.5.4	Die Einkommensunterlagen und Sicherheiten	96
3.5.5	Der Nein-Verkauf	99
3.6	Die Kontaktsicherung	102
3.7	Nach dem Gespräch	105
4.	Die Formen des aktiven Kreditverkaufs	109
4.1	Die Intensivierung	109
4.1.1	Der Zusatzverkauf – Cross-Selling	110
4.1.2	Das Betreuungstelefonat	114
4.1.3	Der Verkauf an ehemalige Kunden	119
4.1.4	Der Verkauf an aktuelle Kunden anderer Abteilungen ..	121
4.1.5	Der Verkauf an aktuelle Kreditkunden	122
4.1.6	Das gezielte Nachfassen	123

VIII Inhaltsverzeichnis

4.2 Die Extensivierung: Die klassische Akquisition	125
4.2.1 Die Adressenbeschaffung	126
4.2.2 Die Kontaktaufnahme	130
4.2.3 Das Akquisitionstelefonat	134
4.2.4 Das Akquisitionsgespräch	146
4.2.5 Die Pflege potentieller Kreditkunden	155
 Verzeichnis der Abbildungen	160
Literaturverzeichnis	161
Stichwortverzeichnis	163
Autor	167