

# 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 Gesprächssteuere                                     | 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 |