

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur zweiten Auflage .....	5
Vorwort .....	5
1 Einführung .....	11
1.1 Verkauf .....	11
1.2 Balanced Selling® .....	12
1.3 Wie kaufen Kunden? .....	14
2 Der Verkaufsprozess im Überblick .....	17
3 Telefonakquise .....	19
3.1 Termintelefonat .....	19
3.1.1 Auf Empfehlung .....	20
3.1.2 Einzelschritte .....	22
3.1.3 Termintelefonat – Bestandskunden Ihres Unternehmens .....	25
3.1.4 Termintelefonat – Ohne Empfehlung .....	27
3.1.5 Umgang mit Einwänden .....	29
3.1.5.1 Gängige Einwände .....	31
3.1.5.2 Umgang mit Einwänden – die Technik! .....	33
3.2 EXKURS 1: Schriftliche Terminbestätigung und Alternativen .....	33
3.3 EXKURS 2: Persönliche Akquise .....	39
4 Aufwärmphase .....	43
4.1 Empfang .....	43
4.2 EXKURS 3: Smalltalk .....	47
4.3 Sitzordnung und Getränke .....	49
4.4 EXKURS 4: Empfang beim Kunden .....	53

4.5	Visitenkartenpoker .....	56
4.6	Zeitlicher Rahmen.....	57
4.7	Empfehlungsvorbereitung (beim empfohlenen Kunden) .....	58
4.8	Vorstellung der eigenen Dienstleistung .....	60
5	Orientierung.....	67
5.1	Analysebogen.....	67
5.2	Titanic-Prinzip.....	71
5.2.1	Exkurs 5: Qualitäten des Zuhörens .....	75
5.2.2	Thematisieren von Wahrheiten.....	77
5.2.3	Empfehlungsvorbereitung (beim nicht empfohlenen Kunden).....	78
5.3	Vorabschluss.....	79
6	Beratung / Entwicklung.....	87
6.1	Basis .....	87
6.2	Einstieg .....	92
6.2.1	Sprache des Kunden .....	98
6.2.2	Kunst des Erklärens .....	99
6.2.3	Bildhafte Sprache .....	103
6.3	Aufstieg .....	108
7	Abschluss.....	111
8	Service .....	115
8.1	Stornosicherheit .....	115
8.2	Gemeinsamer Fahrplan.....	116
8.3	Empfehlungsnahme / Drei-Wochen-Termin .....	117
8.4	Welcome-Schreiben .....	122
8.5	Imagepflege .....	124

---

8.6	Überraschung .....	124
8.7	Empfehlungsnahme einmal anders .....	125
8.8	„Restaurant Rossi“-Effekt.....	127
8.9	Up- und Crossselling.....	129
<b>9</b>	<b>Schlusswort .....</b>	<b>133</b>
	<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>135</b>