

# Inhalt

<b>Einleitung</b>	<b>9</b>
<b>1. Einführung</b>	<b>11</b>
Schnuppertest für Neugierige	12
Typ, Gruppe und Milieu	14
Messung der Verkaufsleistung	21
 <b>Teil 1: Führen von Verkäufern – Was Sie dazu alles wissen müssen</b>	 <b>23</b>
<b>2. Verkaufsleiter</b>	<b>25</b>
Führung spüren	26
Leistungssteigerung durch Führung	27
Die drei Führungsdilemmas	30
<b>3. So sind Verkäufer</b>	<b>34</b>
Die Leistungspräferenz	35
Die Leistungsintelligenz	37
Die Leistungsmotivation	40
<b>4. Verkäufer typisieren</b>	<b>44</b>
Die Messung von Leistung	45
Der »Typ, Gruppen und Milieu«-Schnelltest	49
Exkurs: Warum das Modell funktioniert	61

## Teil 2: Verkäufertypen – Wie Sie die Leistung jedes Verkäufers steigern

<b>jedes Verkäufers steigern</b>	63
<b>5. Die Aufsteiger</b>	69
Aufsteigermentalität	69
Autonomie durch Erfolg	70
So sind die Aufsteiger	71
<i>Typ 1: Der Einsteiger</i>	71
<i>Typ 2: Der Ehrgeizige</i>	75
<i>Typ 3: Der Erfolgreiche</i>	78
<i>Typ 4: Der Leistungserbringer</i>	82
<i>Typ 5: Der Regenmacher</i>	85
Merkmale der Aufsteiger	90
<b>6. Die Absteiger</b>	92
Tellerwäschermentalität	92
Glückskinder und Pechvögel	93
Der Einstieg in die Absteigermilieus	95
So sind die Absteiger	97
<i>Typ 6: Der Rosinenpicker</i>	98
<i>Typ 7: Der Optimierte</i>	101
<i>Typ 8: Der Aussteiger</i>	105
<i>Typ 9: Der Leistungsschwache</i>	108
<i>Typ 10: Der Leistungsverweigerer</i>	112
Merkmale der Absteiger	116
<b>7. Die Beobachter</b>	118
Gute Arbeitsbilanz – miese Leistungsbilanz	118
So sind die Beobachter	119
<i>Typ 11: Der Kaltstarter</i>	119
<i>Typ 12: Der Kontakter</i>	122
<i>Typ 13: Der Aufwändige</i>	126

<i>Typ 14: Der Stabile</i> .....	129
<i>Typ 15: Der Kümmerer</i> .....	132
Merkmale der Beobachter .....	136
<b>8. Die Subtypen</b> .....	137
Loyale Störungen .....	138
Schwierig, aber erfolgreich .....	139
So sind die Subtypen .....	140
<i>Typ 16: Die Primadonna</i> .....	141
<i>Typ 17: Die Diva</i> .....	144
<i>Typ 18: Der Schönwetterverkäufer</i> .....	148
<i>Typ 19: Der Blender</i> .....	152
<i>Typ 20: Die Wiederblüte</i> .....	156
Merkmale der Subtypen .....	158
<b>9. Krankheits-, Problem- und Papierkorbtypen</b> .....	160
Krankheitsgefährdete Typen .....	160
Problemtypen .....	161
Papierkorbtypen .....	162
 <b>Teil 3: Leistungsgruppen und Milieus – Wie Sie die Leistung Ihres Verkaufsteams steigern</b> .....	 163
<b>10. Leistungsgruppen führen</b> .....	167
Wie Sie Leistungsgruppen bestimmen .....	170
Führen der besten Verkäufer .....	173
Führen durchschnittlicher Verkäufer .....	178
Führen leistungsschwacher Verkäufer .....	182
<b>11. Leistungsmilieus führen</b> .....	186
Führen von Aufsteigern .....	188
Aufsteiger: Die Selbststarter .....	190
Führen von Absteigern .....	195

Absteiger: Willy Loman .....	197
Führen von Beobachtern .....	201
Qualifizierung und Kompetenzaufbau .....	203
Beobachter: Hans Fleißig .....	204
<b>12. Die Führungsansätze .....</b>	<b>207</b>
Verkaufskultur ist Leistungskultur .....	207
Die Führungsinstrumente .....	214
Typen .....	214
Gruppen .....	216
Milieus .....	216
Die Führungswerkzeuge .....	217
<b>Abschließende Worte .....</b>	<b>222</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>225</b>
<b>Der Leistungspräferenztest .....</b>	<b>227</b>
<b>Das Leistungsdiagramm .....</b>	<b>229</b>
Die Verkäufertypen .....	230
Die drei Leistungsgruppen .....	232
Zielgruppen der Führung .....	234
<b>Danksagung .....</b>	<b>236</b>
<b>Anmerkungen .....</b>	<b>237</b>
<b>Register .....</b>	<b>243</b>