

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1. Kapitel: Wie Sie Verhalten besser verstehen: die Transaktionsanalyse	13
1.1 Grundlagen	13
1.2 Das Eltern-Ich	18
1.3 Das Kindheits-Ich	23
1.4 Das Erwachsenen-Ich	27
1.5 Transaktionsformen	29
1.6 Beispiele aus der Praxis	37
1.7 Tipps zur Anwendung der Transaktionsanalyse	39
1.8 Ihre persönliche Zielvereinbarung	42
1.9 Einsendeaufgaben	43
2. Kapitel: Warum es so ist, wie es ist: Kommunikationsmodelle und Grundlagen	45
2.1 Kommunikationsquadrat	45
2.2 Selbstbild und Fremdbild	49
2.3 Kommunikationssperren	52
2.4 Tugenden	56
2.5 Verkaufsstile	58
2.6 Ziele und Alltagssorgen	60
2.7 Kaufkonflikte	62

2.8 Nutzen	64
2.9 Ihre persönliche Zielvereinbarung	73
2.10 Einsendeaufgaben	73
3. Kapitel: Warum Fragen unterschiedlich wirken: der bewusste Einsatz geschickter Frageformen	75
3.1 Frageformen	75
3.2 Fortschritte statt Fortsetzungen	84
3.3 Fragen jenseits typischer Verkäuferkommunikation	87
3.4 Problem-, Auswirkungs- und Nutzenfragen	92
3.5 Kundenergründung mit dem Fragetrichter	96
3.6 Empfehlungen für schriftliche Angebote	100
3.7 Fragen für die Angebotsverfolgung	102
3.8 Fragen zur Motivation und Einstellung	105
3.9 Abschlussfragen	106
3.10 Ihre persönliche Zielvereinbarung	111
3.11 Einsendeaufgaben	112
4. Kapitel: Wie alle mehr mitbekommen: Zuhören ist nicht gleich Zuhören	113
4.1 Grundlagen	113
4.2 Schweigen ist nicht unbedingt Zuhören	115
4.3 Warum nicht alles beim Kunden ankommt	122
4.4 Paraphrasieren und Verbalisieren	126
4.5 Aktives Zuhören	127
4.6 Wie man Sie leichter versteht	142

4.7 Ihre persönliche Zielvereinbarung	146
4.8 Einsendeaufgaben	146
5. Kapitel: Wie Sie „Störungen“ geschickter behandeln: der Umgang mit Wortbeiträgen	149
5.1 Ungeliebte Einwände	149
5.2 Kunden „erlösen“	163
5.3 Das „große Ganze“ sehen	165
5.4 Nachfragen	168
5.5 Fakten einsetzen	170
5.6 Anregungen für Preisverhandlungen	173
5.7 Ihre persönliche Zielvereinbarung	178
5.8 Einsendeaufgaben	178
Schlusswort	179
Literaturquellen	183
Stichwortverzeichnis	187
Der Autor	189