

<b>1</b>	<b>Der radikale Umbruch im Verkauf . . . . .</b>	<b>1</b>
	Die Ausgangssituation . . . . .	1
	Die Lösung: Vision Selling . . . . .	3
	Die Grundsätze von Vision Selling . . . . .	4
	Die Aufgaben von Vision Selling . . . . .	8
	Die Vision des Entscheiders lebendig halten . . . . .	10
<b>2</b>	<b>Die Perspektive des Top-Entscheiders . . . . .</b>	<b>15</b>
	An wen werden Sie verkaufen? . . . . .	15
	Lernen Sie Ihre Top-Entscheider besser kennen . . . . .	22
<b>3</b>	<b>Auswählen: Bereiten Sie die Kundenansprache sinnvoll vor . . . . .</b>	<b>27</b>
	Wer ist Ihr Kunde? – Erstellen Sie Ihr Wunschkundenprofil . . . . .	27
	Social Media im Geschäftskundenvertrieb . . . . .	31
	Was ist das Problem des Kunden? Entwerfen Sie eine Problemtabelle . . . . .	34
<b>4</b>	<b>Ansprechen: Dringen Sie schnell zum Top-Entscheider durch . . . . .</b>	<b>41</b>
	Mit dem ersten Brief den Boden bereiten . . . . .	41
	Das erste Telefonat: 8 Sekunden Zeit – mehr nicht! . . . . .	50
	Einwände von Blockierern entkräften . . . . .	62
<b>5</b>	<b>Verstehen: Erkennen Sie, was der Kunde kaufen will . . . . .</b>	<b>75</b>
	Die VI-SI-ON-Fragetechnik als Geländer . . . . .	75
	VI-SI-ON-Fragetechnik: die vier Fragearten . . . . .	76
<b>6</b>	<b>Umsatz generieren: Treiben Sie den Entscheidungsprozess voran . . . . .</b>	<b>91</b>
	Holen Sie den Kunden dort ab, wo er steht . . . . .	91
	Setzen Sie die richtigen Entscheidungshilfen ein . . . . .	92
	Verbessern Sie Ihre Argumentationsstrategie . . . . .	94
	Sorgen Sie für Glaubwürdigkeit . . . . .	99
	Entscheidungsprozesse aus der Sicht der neueren Hirnforschung . . . . .	120

<b>7 Fehler vermeiden: Vision Selling braucht Fehlerkultur . . . . .</b>	125
Fehler Nummer 1: Sie vernachlässigen die Vision(en) . . . . .	125
Fehler Nummer 2: Sie unterbreiten das falsche Angebot zum falschen Zeitpunkt . . . . .	127
Fehler Nummer 3: Sie ertränken den Entscheider in Argumenten . . . . .	130
Fehler Nummer 4: Sie schätzen die Situation nicht realistisch ein . . . . .	131
Fehler Nummer 5: Sie lassen den Vision-Selling-Prozess stagnieren . . . . .	132
Fehler Nummer 6: Sie sind nicht gut genug vorbereitet . . . . .	134
Fehler Nummer 7: Sie lassen die Schmerzen zu gering . . . . .	135
Fehler Nummer 8: Sie vergeuden Ihre Zeit mit Ausschreibungen . . . . .	136
Fehler Nummer 9: Sie haben den ROI nicht nachgewiesen . . . . .	137
Fehler Nummer 10: Sie sprechen mit Pseudo-Entscheidern . . . . .	137
<b>8 Realisieren: Wie Sie Vision Selling nachhaltig in der Praxis umsetzen . . . . .</b>	139
Drei Ansätze für Ihre Vertriebsoptimierung . . . . .	139
Umsetzungstipps für Verkäufer . . . . .	141
Umsetzungstipps für die Organisation . . . . .	147
Umsetzungstipps für die Führung . . . . .	148
<b>Nachwort . . . . .</b>	153
<b>Literatur . . . . .</b>	155
<b>Sachverzeichnis . . . . .</b>	157
<b>Über den Autor . . . . .</b>	159