

1 Einleitung	1
Zehn Argumente für HARDSELLING samtweich oder	
Warum Sie das Buch kaufen	1
Abgrenzung oder Was Sie hier vergeblich suchen	2
Für wen das Buch gedacht ist oder Wollen Sie mehr?	2
2 Hardselling samtweich	5
Spielen in der Meisterklasse oder Was verstehen wir unter	
HARDSELLING samtweich?	5
Keine Tauben auf dem Dach oder Warum mit dem	
HARDSELLING-samtweich-Prinzip beim Erstbesuch verkaufen?.....	7
Anleitung zum Verkaufsabschluss oder Was ist das	
HARDSELLING-samtweich-Prinzip?	13
Erfolgreich werden und bleiben oder Ziele des	
HARDSELLING-samtweich-Prinzips	15
Innen hart, außen weich oder Die Strategie von	
HARDSELLING samtweich	15
Produktivitätssteigerung oder Der Effekt des	
HARDSELLING-samtweich-Prinzips	16
Die Einzelteile des Ganzen oder Der Aufbau des	
HARDSELLING-samtweich-Prinzips	17
Tappen Sie nicht in die Falle oder Wie Sie das Buch richtig verwenden ...	20
3 Das erste Element „Grundlagen“	23
Einführung oder Mehr zu wollen bedeutet Veränderung.....	23
Die Basis aller Erfolge oder Die universellen Lebensgesetze	27
Das Fundament oder Die Grundannahmen des	
Hardselling-samtweich-Prinzips	33

4 Das zweite Element „Persönlichkeit“	41
Einführung oder Der Abschluss beginnt im Kopf.....	41
Die fünf Fragen oder Ein kleiner Eignungstest.....	42
Die sechs Erfolgsverhinderer-Strategien oder Die Handbremse der Vergangenheit lösen	46
Den Kompass einstellen oder Ziele und Prioritäten	54
Die 22 Erfolgsstrategien oder Mit Vollgas in die Zukunft.....	65
„Mr. Verkauf“ oder Wirklich zu wissen heißt es zu fühlen	85
5 Das dritte Element „Arbeitsweise“	89
Einführung oder Vom Besserwisser zum Bessermacher.....	89
In die Erfolgsspirale gelangen oder Die Einstellung zur Arbeit	92
Neues Handeln etablieren	97
Auf der Erfolgswelle bleiben oder Richtiges tun, Falsches lassen.....	98
Die Arbeit messen oder Die Fakten sagen die Wahrheit.....	102
„Mr. Verkauf“ oder Das, was man tut, ist man	111
6 Das vierte Element „Kundenbesuch“	115
Einführung oder Reden ist Silber, Schweigen Gold	115
Die Ausgangslage oder Wenn nicht alle das Gleiche erwarten.....	116
Die Strategie oder Der Weg zum Ziel.....	117
Das optimale Kundengespräch oder Die Vorbereitung zum Abschluss ..	125
Der optimale Preis oder Das unwiderstehliche Angebot	136
Qualitäten eines Kundengespräches oder Subtile Abschlusshelfer	140
Das 8-Phasen-Modell oder Step by step zum Abschluss	150
7 Das fünfte Element „Profi-Techniken“	201
Einführung oder Harte Fälle	201
Einwandbehandlung oder Den versteckten Wunsch finden	201
Mehr Dynamik oder 15 Tipps für noch mehr Abschlüsse	204
Umsetzen gibt Umsatz oder Jetzt liegt es an Ihnen	214
Literaturverzeichnis	217