

1	Einleitung	1
	Zehn Argumente für HARDESELLING 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	
	HARDESELLING samtweich?	5
	Keine Tauben auf dem Dach oder Warum mit dem	
	HARDESELLING-samtweich-Prinzip beim Erstbesuch verkaufen?.....	7
	Anleitung zum Verkaufsabschluss oder Was ist das	
	HARDESELLING-samtweich-Prinzip?	13
	Erfolgreich werden und bleiben oder Ziele des	
	HARDESELLING-samtweich-Prinzips	15
	Innen hart, außen weich oder Die Strategie von	
	HARDESELLING samtweich	15
	Produktivitätssteigerung oder Der Effekt des	
	HARDESELLING-samtweich-Prinzips	16
	Die Einzelteile des Ganzen oder Der Aufbau des	
	HARDESELLING-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 Kundengesprächs oder Subtile Abschluss helfer	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