
Gebote und Denkansätze im Provokativen	
Verkaufen – eine provozierende Einleitung.....	10
<hr/>	
1. Jenseits von Harvard und eine polemische Absage	
zugleich: Provokatives Verkaufen.....	14
1.1 Gemeinsames Ergebnis gegen unterschiedliche	
Interessenlage!	21
1.2 Konsensorientierung gegen bewusstes Steuern des	
Gegenübers	22
1.3 Weiche Sprachmuster gegen prägnante	
Positionsvorgabe	24
1.4 Paritätische Gesprächsführung gegen Dominanz	25
1.5 Psychologische Ferne gegen psychologische	
Grundmuster der Gesprächsverführung	26
<hr/>	
2. Soziopsychologische Grund- und Verhaltensregeln	
im Provokativen Verkaufen.....	28
2.1 Setzen Sie im Provokativen Verkaufen auf die Macht	
von PEA: Positive Emotional Attractor	30
2.2 Erfolg im Provokativen Verkaufen beruht auf konse-	
quenter Vorbereitung! Machen Sie Ihre Hausaufgaben!	36
2.2.1 <i>Der Kontext muss deutlich gegengecheckt sein.....</i>	<i>38</i>
2.2.2 <i>Präzise Zieldefinitionen setzen Ziele.....</i>	<i>39</i>
2.2.3 <i>Die Kernbotschaft setzt die eigene Positionierung,</i>	
<i>Ihren Status quo und Ihren Erfolgsanspruch.....</i>	<i>40</i>
2.2.4 <i>Appelle formulieren Ihren Erfolgsanspruch in einer</i>	
<i>klaren Handlungsanweisung oder Tun-Ergehens-</i>	
<i>Ansprache an den Gesprächspartner oder Ihr</i>	
<i>Auditorium</i>	<i>46</i>
2.2.5 <i>Die persönliche Checkliste.....</i>	<i>49</i>

2.3	Entwickeln Sie für Provokatives Verkaufen Ihren eigenen, produktbezogenen und spezifischen HENRY-TEST.....	51
2.4	Setzen Sie Wahrnehmungsanker für das Provokative Verkaufen.....	53
2.5	Präsentiere ich ein Produkt nur mit Vorteilen oder mit Vor- und Nachteilen? Gebe ich ein Modell oder verschiedene Alternativen vor?	54
2.6	Gesprächsverführung durch das i-Tüpfelchen der betonten Zuneigung (Alterozentrierungstechnik).....	59
2.7	Provokatives Verkaufen über das «Ankern» fundamentaler Attributionsfehler oder Attributionsirrtümer	67
2.8	Achten Sie verstärkt auf Killer-Aktionen im Verkauf, auf Anti-Image-Botschaften	69
2.9	Respektieren Sie beim Provokativen Verkaufen Dekompressions-/Transitzonen.....	73
2.10	Seien Sie beim Provokativen Verkaufen selbstoffenbarer Zeuge für die Überzeugung Ihres Produktes oder Ihrer Dienstleistung	74
2.11	Nutzen Sie im Provokativen Verkaufen den Hellseher, den «Jeanne-Dixon-Effekt»: Schaffen Sie Vertrauen auf provokativ-spielerische Art und Weise!.....	76
2.12	Nutzen Sie die Ambivalenz von Verkaufen und Beraten konsequent in Ihrem Verkaufsteam!	80
2.13	Prägen Sie für das Provokative Verkaufen Ihre persönlichen Überzeugungstechniken bei Präsentationen und im Gespräch besser und nachhaltig aus!	81
2.14	Nutzen Sie das Empfehlungsgeschäft zum Provokativen Verkaufen nachhaltiger als bisher!.....	84
2.15	Im Provokativen Verkaufen zählt auch das «Reziprozitätsgesetz».....	88
	2.15.1 Beispiele zur Reziprozität im Provokativen Verkaufen.....	92

2.16	Nutzen Sie im Provokativen Verkaufen das «Kontrast-Prinzip»: Nutzen Sie Wettbewerbsvorteile!	92
2.17	Arbeiten Sie im Provokativen Verkaufen mit «Ankerpunkten» und auch bei Bedarf mit «Ankerfallen» – Preise und Verkauf zu Ende gedacht	94
3.	Kontaktieren Sie Ihre Kunden direkt!	113
4.	Appelle und Fragen	117
4.1	Die Magie der Appelle in der Gesprächsführung – die Magie der Fragen zur Informationsbeschaffung	117
4.2	Die Logik und Systematik der Appelle	124
5.	Ganzheitliche Ansätze und Vorgehensweisen beim Provokativen Verkaufen	138
5.1	Das Muster der Programmierung im Provokativen Verkaufen	139
5.2	Das Muster der Deprogrammierung im Provokativen Verkaufen	148
5.3	Das Muster der Reprogrammierung im Provokativen Verkaufen	152
5.4	Das Muster der Stabilisierung im Provokativen Verkaufen	154
5.5	Das Muster der Destabilisierung im Provokativen Verkaufen	155
5.6	Das Muster des Paradigmenwechsels im Provokativen Verkaufen	160
5.7	Konditionierung	164
5.8	Initiierungsketten konsequent durchbrechen	165
5.9	Das Prinzip der mentalen Abkürzung im Provokativen Verkaufen	167
6.	Lassen Sie Ihren Gesprächspartner doch regelrecht «abnicken»	169
6.1	Nicken Sie vor!	169

6.2	Nutzen Sie die hohe Wirkung der direkten Ansprache und des Blickkontakts	170
6.3	Führen Sie durch Formulierungen.....	170
6.4	Diskutieren Sie körperlich.....	172
	6.4.1 <i>Lassen Sie Ihre Kunden doch regelrecht «abnicken».....</i>	172
6.5	Lassen Sie Ihren Körper sprechen	174
6.6	Nutzen Sie die sprachliche Instrumentalisierung.....	174
7.	Angriff als Chance: Schlagfertigkeit (Dr.-Bredemeier-Technik)	178
7.1	Touch, Turn, Talk	180
	7.1.1 <i>Eskalationsstufe I</i>	<i>181</i>
	7.1.2 <i>Eskalationsstufe II</i>	<i>182</i>
	7.1.3 <i>Eskalationsstufe III</i>	<i>183</i>
7.2	Feedback	183
7.3	Variation im Umgang mit Fragen.....	185
	7.3.1 <i>Auf Gegenfragen richtig reagieren</i>	<i>185</i>
	7.3.2 <i>Botschaften nicht vergessen.....</i>	<i>185</i>
	7.3.3 <i>Auf Fragen im 3-T-Modus antworten</i>	<i>186</i>
	7.3.4 <i>Alternativen Umgang mit Fragen pflegen.....</i>	<i>188</i>
8.	Zeit zur Reflexion	190
8.1	Wie reagieren Sie auf Fragen?	190
8.2	Wie ist Ihre Körpersprache?.....	192
8.3	Wirkt Ihre Erfolgspower nach?	193
	Literaturverzeichnis.....	196