

# Inhalt

---

## Gebote und Denkansätze im Provokativen

### Verkaufen – eine provozierende Einleitung ..... 10

---

<b>1.</b>	<b>Jenseits von Harvard und eine polemische Absage zugleich: Provokatives Verkaufen.....</b>	<b>14</b>
1.1	Gemeinsames Ergebnis gegen unterschiedliche Interessenlage! .....	21
1.2	Kensorientierung 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
<b>2.</b>	<b>Soziopsychologische Grund- und Verhaltensregeln im Provokativen Verkaufen.....</b>	<b>28</b>
2.1	Setzen Sie im Provokativen Verkaufen auf die Macht von PEA: Positive Emotional Attractor .....	30
2.2	Erfolg im Provokativen Verkaufen beruht auf konsequenter Vorbereitung! Machen Sie Ihre Hausaufgaben! ....	36
2.2.1	<i>Der Kontext muss deutlich gegengecheckt sein.....</i>	38
2.2.2	<i>Präzise Zieldefinitionen setzen Ziele.....</i>	39
2.2.3	<i>Die Kernbotschaft setzt die eigene Positionierung, Ihren Status quo und Ihren Erfolgsanspruch.....</i>	40
2.2.4	<i>Appelle formulieren Ihren Erfolgsanspruch in einer klaren Handlungsanweisung oder Tun-Ergebnis-Ansprache an den Gesprächspartner oder Ihr Auditorium .....</i>	46
2.2.5	<i>Die persönliche Checkliste.....</i>	49

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 selbststoffenbarender 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
	<i>2.15.1 Beispiele zur Reziprozität im Provokativen Verkaufen.....</i>	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 «Anker-fallen» – Preise und Verkauf zu Ende gedacht .....	94
<b>3. Kontaktieren Sie Ihre Kunden direkt!</b> .....	<b>113</b>
<b>4. Appelle und Fragen</b> .....	<b>117</b>
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
<b>5. Ganzheitliche Ansätze und Vorgehensweisen beim Provokativen Verkaufen</b> .....	<b>138</b>
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
<b>6. Lassen Sie Ihren Gesprächspartner doch regelrecht «abnicken»</b> .....	<b>169</b>
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.	<b>Angriff als Chance: Schlagfertigkeit (Dr.-Bredemeier-Technik)</b> .....	178
7.1	Touch, Turn, Talk .....	180
7.1.1	<i>Eskalationsstufe I</i> .....	181
7.1.2	<i>Eskalationsstufe II</i> .....	182
7.1.3	<i>Eskalationsstufe III</i> .....	183
7.2	Feedback .....	183
7.3	Variation im Umgang mit Fragen.....	185
7.3.1	<i>Auf Gegenfragen richtig reagieren</i> .....	185
7.3.2	<i>Botschaften nicht vergessen</i> .....	185
7.3.3	<i>Auf Fragen im 3-T-Modus antworten</i> .....	186
7.3.4	<i>Alternativen Umgang mit Fragen pflegen</i> .....	188
8.	<b>Zeit zur Reflexion</b> .....	190
8.1	Wie reagieren Sie auf Fragen?.....	190
8.2	Wie ist Ihre Körpersprache?.....	192
8.3	Wirkt Ihre Erfolgspower nach? .....	193
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	196