

Inhaltsverzeichnis

Der Autor	XI
Der Mensch ist ein Verkäufer	XIII
Sie werden an dem gemessen, was Sie getan haben, und nicht an dem, was Sie tun wollten	XVII
1 Einführung in die Verkaufspraxis von Investitionsgütern und Vorbereitung des Trainingsprogramms	1
1.1 Einstieg in den Investitionsgüterverkauf	1
1.2 Die Verkaufsaufgabe	2
1.2.1 Das Selbstverständnis und die Rolle des Vertriebsmitarbeiters	3
1.2.2 Das aktuelle Image des Vertriebs	5
1.2.3 Die Motive des Vertriebsmitarbeiters – was ist reizvoll an der Verkaufsaufgabe?	6
1.3 Die Differenzierung – Das Grundkonzept Ihres Erfolgs	7
1.3.1 Die Ausgangslage – Das Strategische Dreieck	9
1.3.2 Von der Differenzierung zum Wettbewerbsvorteil	11
1.3.3 Der Transfer von der Institutionsebene zur Personenebene im Strategischen Dreieck	13
1.3.4 Die persönliche Differenzierung – Ihr persönlicher Wettbewerbsvorteil	14
1.3.5 Differenzierungsfeld „Verhalten“	15
1.3.6 Differenzierungsfeld „Vorgehensweise/Abläufe“	16
1.3.7 Differenzierungsfeld „Inhalte/Mittel“	17
1.3.8 Eine erste Übung	18

1.4	Intuition und Verkauf	20
1.5	Praxistipps für einen gelungenen Einstieg in die Vertriebsaufgabe	21
1.5.1	Wie man einen Elefanten isst	21
1.5.2	Seien Sie professionell von Anfang an	22
1.5.3	Bring- und Holschuld gehen Hand in Hand	23
1.5.4	Erfahrungszuwachs ist der Schlüssel zur Steigerung Ihrer Verkaufseffizienz	23
1.5.5	Das Geschäft wird beim Kunden gemacht	24
1.5.6	Erfahrung bringt Effizienz – die Verkaufschance den Vertrag	26
1.5.7	Verkaufserfolg ist berechenbar	28
1.5.8	An die Grenzen gehen	30
1.5.9	Der Vorteil des Fleißes	31
1.5.10	Es geht nichts über ein konstruktives Feedback	31
2	Machen Sie sich fit für die Praxis.....	35
2.1	Fünf Einstiegsübungen zu verkaufspraktischen Grundlagen	35
2.1.1	Das Streben danach, sich selbst treu zu sein – das Gesetz der Konsistenz	36
2.1.2	Dankbarkeit ist ein menschliches Grundbedürfnis – das Gesetz der Reziprozität	38
2.1.3	Ja sagen fällt leichter – das Gesetz der Freundlichkeit	40
2.1.4	Die Bedeutung der Referenz – das Gesetz der Mehrheit	41
2.1.5	Was knapp ist, wird begehrte – das Gesetz der Knaptheit	44
2.2	Zehn Praxisübungen für Ihren Einstieg ins Tagesgeschäft	45
2.2.1	Ihre Vorbereitung für das Tagesgeschäft	46
2.2.2	Ihre Zeitplanung	48
2.2.3	Ihr erster Akquisitionsplan	50
2.2.4	Ihre Akquisitionsvorbereitung und -durchführung	52
2.2.5	Ihr erster Kundentermin	55
2.2.6	Ihr Verkaufsplan	57
2.2.7	Ihre persönliche Differenzierung	63

2.2.8	Ihre Wettbewerbsvorteile	67
2.2.9	Ihr Chancenpolster	69
2.2.10	Ihre kurzfristige Vertragsabschlussplanung	72
3	Und was kommt dann? Tipps für Ihre Zukunft	75
3.1	Die Routine macht Sie zum Meister.....	76
3.2	Ihr persönlicher Verkaufsstil entsteht	77
3.3	Der Umgang mit Niederlagen.....	78
3.4	Win-Win-Situation oder Nullsummenspiel – manchmal eine Frage des Gewissens.....	80
3.4.1	Das Spannungsfeld zwischen Win-Win-Situation und Nullsummenspiel	82
3.4.2	Ursachen und Einflüsse, die unterschiedliche Verhandlungsergebnisse begründen	82
3.4.3	Der gute Weg – ein Tipp	86
3.5	Vom Umgang mit Hindernissen und wie Sie der Sache Herr werden	88
3.5.1	Administration – welches Formular denn noch?	89
3.5.2	Schnittstellenmanagement – es dauert und dauert.....	90
3.5.3	Die Rahmenbedingungen – die anderen haben es besser	91
3.5.4	Negative Beeinflussungen – wie erkenne ich sie und wie kann ich ihnen widerstehen?.....	94
3.5.5	Probleme mit Kollegen – wie gehe ich damit um?	96
3.5.6	Probleme mit Vorgesetzten – wie gehe ich vor?	98
3.6	Veränderungsbereitschaft – anfänglicher Widerstand ist normal	104
3.6.1	Restrukturierungen	106
3.6.2	Umgang mit Veränderungen	107
3.6.3	Wem gehört das Verkaufspotenzial?	109
3.7	Team-Selling – eine anspruchsvolle Sonderform im Verkauf	110
3.7.1	Chancen und Risiken in der Zusammenarbeit transparent und bekannt machen	112
3.7.2	Die Rolle des Vertriebsspezialisten definieren	114
3.7.3	Das Provisionssystem gestalten	116
3.7.4	Ein Grundsatz, um Ziele richtig zu stecken	117

3.8	Ihre Karrieremöglichkeiten – Sie gestalten die Zukunft	118
3.8.1	Wann ist der nächste Karriereschritt sinnvoll – wie bereite ich ihn vor?	118
3.8.2	Key Account Management	120
3.8.3	Projektmanagement	121
3.8.4	Mitarbeiterführung	121
3.9	Zum vorläufigen Schluss – worauf Sie noch achten sollten	124
Literatur	127
Sachverzeichnis	129