

Dank	11
Vorwort	12
Eine Rückbesinnung, die Sie nach vorn bringt	12
Einleitung	15
KAPITEL 1 HINDERNISSE	19
Verkaufen – ein leidiges Thema	20
Bild vom Verkaufen an sich und DEM Verkäufer	22
Ängste im Verkauf	26
Die Angst vor dem Verkaufen an sich (oder die Angst vor Aufdringlichkeit)	26
Die Angst vor dem Abschluss	28
Die Angst vor der Ablehnung	30
Die Angst vor (zu viel) Erfolg	36
Die Angst davor, nicht gut genug zu sein	40
Die Angst vor dem Präsentieren	41
Angst vor der Konkurrenz	43
Existenzangst	44
Folgen der Angst	46
Wege raus aus der Angst	48
Anerkennen der Angst	51
Ein positives Bild erzeugen	51
Positives Selbstwertgefühl steigern	52
Trennung von Person und Handeln	53
Sich der Lernaufgabe stellen	53
Austausch suchen	53
Realistisch aber trotzdem positiv bleiben	54
Handeln und nicht jammern	55
Angst, na und? – Trotzdem handeln	55
Resonanz erzeugen	56
Nein nicht persönlich nehmen	56
Sich frei machen von Erfolgsdenken	56
Ethisch handeln	57
Zusammenfassung	57

KAPITEL 2 ETHIK	59
Ethische Grundsätze	60
Ethischer Einkauf – Ethischer Verkauf	63
Ethik und Verkauf – passt das zusammen?	64
Feinde der Ethik	67
Die Sache mit der Provision	72
Basis ethischen Handelns im Verkauf	73
Plädoyer für eine neue Verkaufskultur	76
Ebenen der Ethik im Verkaufsprozess	81
Persönlichkeit	82
Beziehungsebene	84
Die Firmenphilosophie	86
Produkt	87
Finanzen	91
Verkaufen? – ja bitte!	93
Ethik als Verkaufshindernis – die andere Seite	94
Fragen über Fragen	96

KAPITEL 3 RESONANZ	99
Resonanz und Ethik	100
Das Prinzip von Ursache und Wirkung (Resonanzprinzip)	102
Wünsch Dir was	104
Alles Esoterik oder was?	106
Die Stufen der Resonanz im Verkaufsprozess	108
Wir machen einfach mal	109
Gezielte Strategie klassischer Art	110
Zielsetzung mit dem Resonanzprinzip	112
Die eigene Einstellung	115
Loslassen und Vertrauen – die hohe Schule der Resonanz	117
Kunterbuntes Durcheinander	120
Je kleiner, desto einfacher	123
Die Sache mit den Zielen	124
Resonanz und Geld	125
Die Kraft der Gedanken – Auswirkungen auf den Verkaufserfolg	130
Gedanken zur Zielgruppe	130
Gedanken zum Produkt	132
Gedanken zum Verkaufen an sich	133
Gedanken zum Preis	134
Gedanken zum Verkaufserfolg	135
Gedanken zum Verkaufsziel	136
Die Kraft der Gefühle - Auswirkungen auf den Verkaufserfolg	138
Kundenbestellung einmal anders	141

KAPITEL 4 STRATEGIE

145

Persönlichkeit im Fokus	147
Selbstbewusst(er) werden	147
Den eigenen Wert (an)erkennen	150
Positive Ausrichtung üben	151
Still werden	152
Wohlfühlstrategie erarbeiten	153
Freude haben	154
Notfallplan parat haben	155
Geben	156
Von der Schuld zur Verantwortung	157
Resonanz als Verstärker	158
Dankbarkeit	159
Permanente Verbesserung	160
Selbstdisziplin	160
Geduld	161
Methodik	162
Kaltakquise versus Verkaufsgespräch	162
Rhetorik und Co.	164
Der Mensch im Mittelpunkt	165
Respekt	166
Zielgruppe	167
Kernkompetenz und Nutzen	169
Kommunikation	170
Von Preis und Wert	170
Beharrlichkeit	172
Flankierende Maßnahmen	172
Was, wenn der Erfolg ausbleibt?	174
Der Zeitfaktor	174
Die Preisfrage	175
Die Budgetfrage	176
Der Nutzenfaktor	176
Die falsche Zielgruppe	177
Der Marktfaktor	177
Der Geduldfaktor	178
Nicht positiv genug?	178
Resümee	179
Weiterführende Literatur	183