

<b>Dank</b>	11
<b>Vorwort</b>	12
Eine Rückbesinnung, die Sie nach vorn bringt	12
<b>Einleitung</b>	15
<b>KAPITEL 1 HINDERNISSE</b>	19
<b>Verkaufen – ein leidiges Thema</b>	20
<b>Bild vom Verkaufen an sich und DEM Verkäufer</b>	22
<b>Ängste im Verkauf</b>	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
<b>Folgen der Angst</b>	46
<b>Wege raus aus der Angst</b>	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
<b>Zusammenfassung</b>	57

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

<b>KAPITEL 3 RESONANZ</b>	<b>99</b>
<b>Resonanz und Ethik</b>	100
<b>Das Prinzip von Ursache und Wirkung (Resonanzprinzip)</b>	102
<b>Wünsch Dir was</b>	104
<b>Alles Esoterik oder was?</b>	106
<b>Die Stufen der Resonanz im Verkaufsprozess</b>	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
<b>Kunterbuntes Durcheinander</b>	120
<b>Je kleiner, desto einfacher</b>	123
<b>Die Sache mit den Zielen</b>	124
<b>Resonanz und Geld</b>	125
<b>Die Kraft der Gedanken – Auswirkungen auf den Verkaufserfolg</b>	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
<b>Die Kraft der Gefühle - Auswirkungen auf den Verkaufserfolg</b>	138
<b>Kundenbestellung einmal anders</b>	141

<b>Persönlichkeit im Fokus</b>	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
<b>Methodik</b>	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
<b>Was, wenn der Erfolg ausbleibt?</b>	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
<b>Resümee</b>	179
<b>Weiterführende Literatur</b>	183