

Inhalt

Einleitung	11
1 Wenn Rebsorten geschmackvolle Freundschaften eingehen – So finden Kunden und Verkäufer zueinander	17
Die Sache mit den Freunden	19
So vermeiden Sie die Kaltakquise	21
Blenden Sie den Umsatzgedanken aus	22
Auf Gemeinsamkeiten bauen	23
Eine reife Sache	24
Machen Sie sich nichts vor	25
2 Liebe auf den ersten Schluck – mit empathischen Worten auf offene Ohren treffen	27
Service-Wüste Deutschland?	28
Kommunikation auf allen Ebenen	29
Kommunikation ohne Missdeutung	31
Es geht auch mit Begeisterung	32
Hier ist Empathie gefragt	33
So geht Kommunikation	34
Rosinen, Sultaninen, Zibeben	35
»Und zwar«	36
Könnten, würden ...	38
Wie oft sind Sie schon gestorben?	40
Formulieren Sie positiv	41
Ein klares Plus an Verständlichkeit	42
3 Kultivierte Rebstöcke – Den Grundstock für standfeste Verkaufsbeziehungen aufbauen	45
Einen Versuch ist es wert	46
Im Einklang mit der Natur	48
Fertiglösungen mit Leben füllen	49
Mit Synergien Chancen nutzen	53
Kunden wünschen sich empathische Verkäufer – Interview mit dem Automobilverkäufer Robert Mummert	56

4 Weinetiketten – So begeistern Sie Kunden mit humorvollen Verkaufsgeschichten	61
Mit Geschichten Emotionen wecken	61
Dufte Emotionen	63
Kunden und ihre Geschichten	65
Je später der Abend, desto lustiger die Gäste	66
Immer gute Laune	67
Humor ist eine ernste Sache	68
Und die Gleichung geht doch auf	69
Mit Reisetipps zur Kundenbindung	70
Humorvoll Vertrauen schaffen	72
Lachen für Anfänger und Fortgeschrittene	73
Lachen ist Fitness für Bequeme	75
5 Eine ganze Palette Fehlnoten – Warum Kundenservice und Empfehlungen ein starkes Team sind	77
Schlechter Service mit fataler Wirkung	78
Service oder kein Service, Sie sollten sich entscheiden	82
Mit gutem Service punkten und aus Kunden Fans machen	82
Der Kunde mit dem Einkaufsgutschein: So hätten alle Beteiligten gewonnen	83
Wie Sie aus Servicepersonal Servicebotschafter machen	86
Wie managen Sie Empfehlungen?	88
Einleitung in die Empfehlungsphase	89
Weiterführung und Abschluss der Empfehlungsphase	89
Und noch ein Schritt mehr	90
Die innere Einstellung	92
Lassen Sie sich doch mal ein Restaurant empfehlen	93
Referenzen sind auch Empfehlungen	94
6 Gehaltvolle Bedürfnisse – Die kostbaren Geheimnisse mit emotionalen Bewertungskriterien treffsicher ansprechen	97
Die Relevanz der Bedürfnisse	98
Welche Bedeutung hat das für Sie als Verkäufer?	100

Die menschlichen Bewertungssysteme	104
Die Umgebung macht's	105
7 Ausgereiftes Zusammenspiel – Wie empathische Impulse und das Neuronenfeuer den Verkaufsprozess unterstützen	109
Ohne Erfahrung gibt es keine Verhaltensänderung	110
Von der Ressource zum Potenzial	111
Das Zusammenspiel der beiden Gehirnhälften	112
Das Feuer im Gehirn	114
Mit der Zunge Bilder malen	115
Empathie verbindet	117
Empathie, ein biologisches Wunderwerk	118
Stress schadet auch dem Einfühlungsvermögen	119
Empathie, wie geht das?	120
8 Beste Qualität in Handarbeit – Den Kundennutzen professionell bedienen und aus Interessenten Käufer machen	123
Bedienen und verkaufen sind zwei Paar Schuhe	124
Verkaufen und beraten sind auch zwei Paar Stiefel	125
Wie aus der Bedientheke eine Verkaufstheke wird	127
Und noch ein Beispiel, wie man sicher keinen Umsatz macht	129
Erfahrene Winzer mit guten Geschmacksnerven	132
Im Mehrwert liegt der Nutzen	134
Langfristige Kundenbindung	135
Einkäufer kaufen nutzenorientierte Angebote	137
Die Kundennutzen-Strategie	138
9 Eine feine Nase haben – Werden Sie zum gefragten Erfolgsberater für Einkäufer	141
Verkäufer als Einkaufsversteher	142
Erfolgsberater sind gefragt wie nie zuvor	144
Kreative Verkäufer mit kundenspezifischen Lösungen	145
Preis-wert heißt nicht billig	147