

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	11
<b>1 Der Erfolg beginnt im Kopf .....</b>	<b>19</b>
<b>2 Die Ebenen im Beratungsgespräch.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1 Die Beziehung zum Kunden .....</b>	<b>26</b>
<b>2.1.1 Der Start in die Kundenbeziehung.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.2 Die Beziehung aufrechterhalten.....</b>	<b>41</b>
<b>2.1.3 Die Beziehung festigen.....</b>	<b>42</b>
<b>2.1.4 Ihren Kunden verblüffen .....</b>	<b>43</b>
<b>2.1.5 Unterstützende Körpersprache .....</b>	<b>44</b>
<b>2.2 Die Bedarfserhebung.....</b>	<b>50</b>
<b>2.2.1 Den Bedarf ermitteln .....</b>	<b>50</b>
<b>2.2.2 Die Fragevarianten .....</b>	<b>58</b>
<b>2.2.3 Optimal Bedarf ermitteln anhand von Beispielen ....</b>	<b>62</b>
<b>2.2.4 Unterstützende Körpersprache .....</b>	<b>75</b>
<b>2.3 Die Beratung und Produktpräsentation .....</b>	<b>76</b>
<b>2.3.1 Die nutzenorientierte Empfehlung .....</b>	<b>82</b>
<b>2.3.2 Die Empfehlung und Zusatzempfehlung mit dem             SENF-T® Modell.....</b>	<b>92</b>
<b>2.3.3 Therapiepakete.....</b>	<b>133</b>
<b>2.3.4 Unterstützende Körpersprache .....</b>	<b>135</b>
<b>2.4 Preisenennung und Abschluss .....</b>	<b>138</b>
<b>3 Die Sprache mit dem Kunden .....</b>	<b>145</b>
<b>3.1 Die Sprache und deren Wirkung .....</b>	<b>147</b>
<b>3.2 Die Sprache optimal einsetzen.....</b>	<b>148</b>
<b>3.3 Die Frage der Diskretion.....</b>	<b>157</b>

<b>4</b>	<b>Die Kaufmotive des Kunden .....</b>	<b>161</b>
<b>5</b>	<b>Einige Tipps im Umgang mit gestressten und verärgerten Kunden .....</b>	<b>165</b>
<b>6</b>	<b>Was tun, wenn ... .....</b>	<b>169</b>
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung der Erfolgsfaktoren .....</b>	<b>177</b>
	<b>Literaturverweise .....</b>	<b>180</b>
	<b>Glossar/Abkürzungen .....</b>	<b>182</b>
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>183</b>