

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5	
1	<b>Einführung .....</b>	9
1.1	Vertrieb früher und heute .....	9
1.2	Das Berufsbild des technischen Vertriebsmitarbeiters .....	10
1.3	Wissen statt Probieren .....	12
1.4	Warum ausgerechnet Vertrieb? .....	13
1.5	Die Spielregeln des Vertriebs .....	16
2	<b>Grundlagen des Verkaufs .....</b>	19
2.1	Jeder Kunde ist einmalig .....	21
2.2	Die Sorgen und Bedenken der Kunden .....	22
2.3	Das Schlüsselwort heißt VERTRAUEN .....	25
2.4	Die selektive Aufmerksamkeit .....	26
2.5	Die praktische Umsetzung .....	27
2.6	„Key Account“ statt „Hit & Run“ .....	28
2.7	Das „Roulette“ im Vertrieb .....	30
2.8	Der Kundenbesuch als Schlüsselement .....	30
2.8.1	Organisieren Sie Ihre Kunden .....	31
2.8.2	Beispiel einer Strategie .....	32
2.9	Die Akquisition im Vertrieb .....	37
2.9.1	Der Telefonvertrieb .....	38
2.9.2	Motiv und Motivation .....	39
2.9.3	Telefonische Kaltakquise – Die Potentialbeschaffung .....	42
2.9.4	Die gewissenhafte Potentialbearbeitung .....	46
2.9.5	Das richtige Verhalten am Telefon .....	50
2.9.6	Ihr Kunde als Quelle der Akquisition .....	54
3	<b>Der professionelle Messeauftritt .....</b>	57
3.1	Der Aussteller einer Messe .....	58
3.2	Die einzelnen Phasen einer Messe .....	59
3.3	Messeerfahrung als Grundlagenwissen .....	60
3.3.1	Beispiel einer Checkliste für einen Rückblick .....	62
3.4	Die gezielte Vorbereitung einer Messe .....	62
3.4.1	Die strukturierte Zielsetzung für eine Messe .....	63
3.5	Die messebegleitende Kommunikation .....	66
3.5.1	Der persönliche Einladungsbrief .....	67
3.6	Die Nachbereitung einer Messe .....	69
3.7	Der Erfolg einer Messe .....	70
3.7.1	Die Auswertung eines Messeges .....	71
3.8	Die Anforderungen an den Vertriebsingenieur .....	72
3.8.1	Die „Spielregeln“ auf dem Messestand .....	74

3.8.2	Das erfolgreiche Kontaktieren in der Praxis .....	75
3.8.3	Die Gesprächsführung mit den Besuchern .....	76
4	<b>Die Kunst des Präsentierens .....</b>	<b>79</b>
4.1	Die Vorbereitung einer Präsentation .....	81
4.2	Die „Spielregeln“ des Präsentierens .....	83
4.3	Typische Präsentationsfehler .....	84
5	<b>Die Abschlusstechnik im Vertrieb .....</b>	<b>87</b>
5.1	Der Kaufabschluss .....	87
5.1.1	Der richtige Moment für den Kaufabschluss .....	88
5.1.2	Typische Fehler in der Abschlussphase .....	90
6	<b>Grundlagen der Kommunikation .....</b>	<b>95</b>
6.1	Bewusste und unbewusste Kommunikation .....	97
6.2	Einigkeit durch Kommunikationsbrücken .....	104
7	<b>Grundlagen des Selbstmanagements .....</b>	<b>109</b>
7.1	Der systematische Innendienst im Vertrieb .....	110
7.1.1	Die Organisation eines Arbeitsplatzes .....	111
7.1.2	Die systematische Organisation einer Ablage .....	117
7.1.3	Das organisierte Ordnersystem .....	121
7.2	Die Grundelemente des Zeitmanagements .....	124
7.2.1	Die Prioritäten- und Ressourcenplanung .....	126
7.2.2	Die verbindliche Tagesplanung .....	131
7.3	Das Phänomen „Stress“ im Vertrieb .....	132
7.3.1	Die Bewältigung von Stresssituationen .....	136
7.3.2	Methoden und Verfahren für die Stressbearbeitung .....	138
7.3.3	Die gezielte Bearbeitung der Stressoren .....	138
7.4	Grundlagen der Persönlichkeitsentwicklung .....	139
7.4.1	Der Unterschied zwischen Theorie und Praxis .....	141
7.4.2	Ursprung und Entwicklung unseres Verhaltens .....	142
7.4.3	Regeln, Werte und Neurosen .....	145
7.4.4	Innere Werte und Qualitäten im Vertrieb .....	148
7.4.5	Die schrittweise Entwicklung der Persönlichkeit .....	154
7.4.6	Ab heute erfolgreich .....	159
8	<b>Die Führungskraft im Vertrieb .....</b>	<b>161</b>
8.1	Aufgaben und Verantwortlichkeiten eines Team- oder Vertriebsleiters .....	161
8.2	Die persönlichen Anforderungen an Team- und Vertriebsleiter .....	167
<b>8</b>	<b>Schlusswort .....</b>	<b>177</b>
	<b>Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen .....</b>	<b>179</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>181</b>
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>183</b>