

Inhaltsverzeichnis

1	Es ist immer eine Frage der Haltung	1
1.1	Entscheiden Sie täglich neu: Wird der Tag ein guter oder ein schlechter?	3
1.2	Ihr Verhalten ist immer auch Spiegel Ihrer inneren Haltung	3
1.3	Was können Sie für die Welt tun?	4
1.4	In Wirklichkeit ist Wirklichkeit nicht wirklich wirklich	5
2	Alles Leben ist Veränderung	9
2.1	Wenn das nicht so anstrengend wäre	11
2.2	Was unser Verhalten prägt	12
2.3	Mut, Wille und ein attraktives Ziel: Das Feuer, das Ihren Motor antreibt	16
2.4	Die richtigen Stellschrauben finden	19
	Literatur	20
3	Warum Klischees und Vorurteile uns leiten	21
3.1	Schubladendenken	24
3.2	Der Sinn von Vorurteilen	24
3.3	So entstehen Klischees	26
3.4	Auch ein Markenimage ist ein Vorurteil	28
		IX

3.5	Vom Vorurteil zum Vorteil für Ihren Job	29
	Literatur	32
4	Räumen Sie auf mit den Verkäufer-Klischees	33
4.1	Die Impfung mit dem Verkäufer-Gen	34
4.1.1	Interesse am Menschen – das ist, was zählt	37
4.1.2	Der zweite Erfolgsfaktor: Authentizität	39
4.1.3	Was ist Ihre persönliche Verkäufer-DNA?	43
4.1.4	Was Sie möglicherweise in die Irre leitet	44
4.2	Emotionen haben im Verkauf nichts verloren	47
4.2.1	Männer wollen Fakten, Frauen Gefühle?	50
4.2.2	Emotionen richtig erkennen und ansprechen	52
4.2.3	Emotionen und Fakten auf der Waagschale	56
4.3	Man muss Weltmeister im Kunden-Totreden sein	61
4.3.1	Menschen wollen, dass man ihnen zuhört	64
4.3.2	Die richtigen Fragen stellen	67
4.3.3	Es ist auch eine Frage der Technik	70
4.4	Der Kunde ist mit Vorsicht zu genießen	75
4.4.1	Eine Frage der Grundhaltung: Menschen sind im Grunde gut	77
4.4.2	Vertriebsaktion – das Schreckgespenst des Verkäufers	79
4.4.3	Jede Kundenansprache ist ein Gewinn	82
4.4.4	Seien Sie ambitioniert und realistisch, was Ihre Ziele anlangt	84
4.5	Verkaufen ist eine Raketenwissenschaft	85
4.5.1	Verkaufen ist in erster Linie Beziehungsarbeit	87
4.5.2	Das Kontakt-Modell	89
4.5.3	Vom Kundenkontakt zur Kundenbindung	91
4.6	Verdammt, der Kunde hat mich entlarvt!	95
4.6.1	Verkäufer haben etwas, das sie verkaufen wollen. Punkt!	97
4.6.2	Seien Sie ehrlich zu Ihren Kunden, das gibt Sicherheit	99
4.6.3	Drücken Sie sich verständlich aus	100

4.7	Der Kunde kauft ja ohnehin im Internet	106
4.7.1	Es hat einen Grund, dass der Kunde Ihre Unterstützung sucht	108
4.7.2	Nutzen Sie die Nachteile des Internet zu Ihrem Vorteil	112
4.7.3	Machen Sie sich das Internet zum Freund, nicht zum Feind	114
4.7.4	Wappnen Sie sich: Das Geschäft wird härter	121
4.8	Unzufriedene Kunden sind die Pest	123
4.8.1	Beschwerden – Chancen auf wunderbare Kundenbeziehungen	126
4.8.2	Mit unzufriedenen Kunden richtig umgehen	128
4.8.3	Sorgen Sie vor, indem Sie Ihre Kundenbeziehungen entwickeln	133
4.9	Weiterempfehlung? Wie aufdringlich!	135
4.9.1	Empfehlen hat nichts mit Anbieten oder Wichtigmachen zu tun	138
4.9.2	Der Dreischritt: Feedback – Feedback – Empfehlung	142
4.9.3	Nutzen Sie alle Möglichkeiten, sich bekannt zu machen	145
	Literatur	147
5	Bringen Sie Bewegung in Ihren Verkauf	149
5.1	Erfolgreich ist, wer gut umsetzen kann	151
5.2	Austauschen, teilen, gemeinsam entwickeln, bewegen	153
5.3	Ideen, wie Sie Ihre ersten Schritte gestalten	155
5.3.1	Eine Frage Ihrer Haltung	155
5.3.2	Den Mutigen gehört die Welt	157
5.3.3	Was macht Sie zum erfolgreichen Verkäufer?	159

XII Inhaltsverzeichnis

5.3.4	Wie Sie Emotionen im Verkauf einsetzen	161
5.3.5	So werden Sie Weltmeister im Kunden-Zuhören	162
5.3.6	Kreieren Sie Ihre eigene Vertriebsoffensive	166
5.3.7	Entwickeln Sie die Beziehungen zu Ihren Kunden weiter	168
5.3.8	Deklarieren Sie sich offen als Verkäufer	172
5.3.9	Machen Sie sich das Internet zum Assistenten	173
5.3.10	Freuen Sie sich über Beschwerden	175
5.3.11	Lassen Sie von sich reden	177

Machen Sie gemeinsame Sache, dann haben Sie Erfolg!	179
--	------------