

Inhaltsverzeichnis

1	Wie Sie Verhalten besser verstehen: die Transaktionsanalyse	1
1.1	Grundlagen	2
1.2	Das Eltern-Ich	5
1.3	Das Kindheits-Ich	9
1.4	Das Erwachsenen-Ich	12
1.5	Transaktionsformen	13
1.6	Beispiele aus der Praxis	19
1.7	Tipps zur Anwendung der Transaktionsanalyse	21
	Literatur	23
2	Warum es so ist, wie es ist: Kommunikationsmodelle und Grundlagen	25
2.1	Ängste als Kommunikationsbremse	26
2.2	Kommunikationsquadrat	33
2.3	Selbstbild und Fremdbild	35
2.4	Kommunikationssperren	37
2.5	Tugenden und Verantwortung	41
2.6	Verkaufsstile	43
2.7	Ziele und Alltagssorgen	44
2.8	Kaufkonflikte	46
2.9	Nutzen	47
	Literatur	53
3	Warum Fragen unterschiedlich wirken: der bewusste Einsatz geschickter Frageformen	55
3.1	Frageformen	56
3.2	Fortschritte statt Fortsetzungen	62

3.3	Fragen jenseits typischer Verkäuferkommunikation	64
3.4	Problem-, Auswirkungs- und Nutzenfragen.	68
3.5	Kundenergründung mit dem Fragetrichter.	71
3.6	Empfehlungen für schriftliche Angebote	74
3.7	Fragen für die Angebotsverfolgung	75
3.8	Fragen zur Motivation und Einstellung	77
3.9	Abschlussfragen	77
	Literatur.	82
4	Wie alle mehr mitbekommen: Zuhören ist nicht gleich Zuhören.	83
4.1	Grundlagen.	84
4.2	Schweigen ist nicht unbedingt Zuhören.	85
4.3	Warum nicht alles beim Kunden ankommt	89
4.4	Paraphrasieren und Verbalisieren	92
4.5	Aktives Zuhören.	93
4.6	Wie man Sie leichter versteht.	104
	Literatur.	107
5	Wie Sie „Störungen“ geschickter behandeln: der Umgang mit Wortbeiträgen.	109
5.1	Ungeliebte Einwände	109
5.2	Kunden „erlösen“	119
5.3	Das „große Ganze“ sehen.	121
5.4	Nachfragen	123
5.5	Fakten einsetzen.	125
5.6	Anregungen für Preisverhandlungen	127
	Schlusswort	131
	Weiterführende Literatur.	133
	Stichwortverzeichnis.	135