

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur dritten Auflage.....	5
Vorwort zur zweiten Auflage.....	5
Vorwort.....	5
1 Einführung	11
1.1 Verkauf.....	11
1.2 Balanced Selling®	12
1.3 Wie kaufen Kunden?	14
2 Der Verkaufsprozess im Überblick.....	17
3 Telefonakquise.....	19
3.1 Terminatelefonat.....	19
3.1.1 Auf Empfehlung.....	20
3.1.2 Einzelschritte.....	22
3.1.3 Terminatelefonat – Bestandskunden Ihres Unternehmens	26
3.1.4 Terminatelefonat – Ohne Empfehlung	28
3.1.5 Umgang mit Einwänden	30
3.1.5.1 Gängige Einwände.....	32
3.1.5.2 Umgang mit Einwänden – die Technik!	34
3.2 EXKURS 1: Schriftliche Terminbestätigung und Alternativen	35
3.3 EXKURS 2: Persönliche Akquise	41
4 Aufwärmphase	45
4.1 Empfang	45
4.2 EXKURS 3: Smalltalk.....	49
4.3 Sitzordnung und Getränke.....	51

4.4	EXKURS 4: Empfang beim Kunden	55
4.5	Visitenkartenpoker	58
4.6	Zeitlicher Rahmen.....	59
4.7	Empfehlungsvorbereitung (beim empfohlenen Kunden)	60
4.8	Vorstellung der eigenen Dienstleistung	62
5	Orientierung.....	71
5.1	Analysebogen	71
5.2	Titanic-Prinzip.....	75
5.2.1	Exkurs 5: Qualitäten des Zuhörens	79
5.2.2	Thematisieren von Wahrheiten.....	81
5.2.3	Empfehlungsvorbereitung (beim nicht empfohlenen Kunden).....	82
5.3	Vorabschluss.....	83
6	Beratung / Entwicklung.....	91
6.1	Basis	91
6.2	Einstieg	96
6.2.1	Sprache des Kunden	102
6.2.2	Kunst des Erklärens.....	103
6.2.3	Bildhafte Sprache	107
6.3	Aufstieg	112
7	Abschluss.....	115
8	Service	119
8.1	Stornosicherheit	119
8.2	Gemeinsamer Fahrplan.....	120
8.3	Empfehlungsnahme / Drei-Wochen-Termin	121
8.4	Welcome-Schreiben	126

8.5	Imagepflege	128
8.6	Überraschung	128
8.7	Empfehlungsnahme einmal anders	129
8.8	„Restaurant Rossi“-Effekt	131
8.9	Up- und Crossselling	133
9	Schlusswort	137
	Stichwortverzeichnis	139