

Inhalt

Vorwort: Die Demokratie der Kundeneinwände von Mark Hunter	9
Einführung: Eigentlich sollte ein anderes Buch am Start sein	11
1. Kapitel: Bitten – die wichtigste Disziplin im Verkauf	13
2. Kapitel: Die richtige Formulierung einer Bitte	19
3. Kapitel: Die vier Standard-Einwände im Verkauf	27
4. Kapitel: Widerstand aus der Perspektive der Psychologie	33
5. Kapitel: Ein Einwand ist keine Abfuhr, auch wenn es sich so anfühlt	51
6. Kapitel: Die schmerzhafte Erfahrung der Ablehnung aus der Perspektive der Psychologie	57
7. Kapitel: Der Fluch der Ablehnung	61
8. Kapitel: Ablehnungsresistenz	67
9. Kapitel: Einwandvermeidung ist eine unsinnige Strategie	85
10. Kapitel: Einwände in der Prospecting-Phase	97
11. Kapitel: Das Ja ist oft mit einer Zahl verbunden	115
12. Kapitel: Finten	123
13. Kapitel: Einwände gegen Mikrovereinbarungen	137
14. Kapitel: Einwände gegen verbindliche Kaufzusagen	149
15. Kapitel: Die Erhöhung der Erfolgswahrscheinlichkeit	169
16. Kapitel: Das unermüdliche Streben nach dem Ja	179
Danksagung	185
Der Autor	187
Anmerkungen	189
Stichwortverzeichnis	191