

Inhalt

Vorwort	11
Eine psychologische Betrachtung	13
Die Attraktivität der Bezugsgruppe	15
Informationssteuerung	18
Kleidung und Aufmachung	19
Die Stimme macht's	20
Motiv und Bereitschaft	22
Fertigkeiten auf den heutigen Märkten	23
Ein Verkaufsphasenmodell	25
Begrüßungsphase	25
Beziehungsphase	26
Bedarfsanalyse	28
Präsentationsphase	29
Verhandlungsphase	30
Abschlussgespräch	32
Verabschiedung	33
Der Verkaufsprozess – Tipps und Hinweise ...	35
Am Steuer bleiben	36
Merkmale, Vorteile und Nutzen	39
Vom Bedarf zur Lösung	40
Die Kriterien des Kunden – die Kundenwelt	41
Einwandbehandlung	43

Wie kommen Sie zu einer überzeugenden Nutzenargumentation?	49
Primärer und sekundärer Nutzen	51
Preisverhandlung	55
Gründe für Unsicherheiten in der Preisdurchsetzung	56
Preisargumentation	57
Ideen für den Umgang mit Kunden	58
Hinter „zu teuer“ können sich verschiedenste Widerstände verbergen	60
Antworten auf „zu teuer“	62
Wann nennen Sie den Preis?	62
Nachlass und Rabatte	65
Vermeintliche Mauern aufweichen durch Vergrößerung des Pakets	66
Vermeintliche Mauern aufweichen durch Reframing	66
Modelle der Kommunikation – Was passiert da eigentlich?	68
„Feinde“ menschlicher Kommunikation	76
Das Eisbergmodell	78
Das Vier-Seiten- oder Vier-Ohren-Modell	81
Die Transaktionsanalyse	87
Selbstmanagement – Fördern Sie als Berater Ihre Ich-Bereiche	97

Wege effektiver Gesprächsführung – die kundenorientierte Gesprächsführung	112
Kundenorientierte Gesprächssteuerung	114
Nondirektive Gesprächssteuerung – Was meint der Kunde wirklich?	116
Fragetechniken – Wer intelligent fragt, der führt! . . .	123
Weiterführende Denkanstöße geben	145
Gesprächsführung: Metakommunikation	147
Gesprächsführung: Gefühle reflektieren	149
Verhalten reflektieren	154
Gesprächsführung: Zusammenfassung	155
Feedforward oder Umgang mit schwierigen Kundenverhandlungen	157
Was ist Feedforward?	159
Was ist der Unterschied zwischen Feedforward und Bewertungen?	160
Die Bestandteile des Feedforwards	161
Unsicherheit statt Überzeugung führt in rote Zahlen	171
Der Kunde möchte entscheiden	171
Argumentationstechnik	173
Checkliste Argumentation	173
Argumentieren mit „Wasserträgern“ – Verhandlungspartner ohne Kompetenz	176

Die Verhandlung dreht sich im Kreis	177
Ziehen Sie eine Zwischenbilanz	177
Die vier Bs – eine vollständige Argumentationskette . .	178
Argumente wertschätzend kontern	179
Lösungsfindung bei komplexen Fragestellungen	181
Den Verkaufsprozess planen und organisieren	183
Warum setzen Sie sich als Verkaufsprofi Ziele?	184
Ziele in überschaubare Tätigkeiten aufteilen	186
Prioritäten setzen	186
Aufgaben innerhalb eines Zeitverlaufs erledigen (terminieren)	187
Aufzeichnungen	187
Verkaufsplanung Neukunden	188
Ein schriftliches Angebot erstellen	189
Den Kunden wählen lassen	191
Begleitbrief	191
Verkauf am Telefon	192
Von der Anfrage zum Kauf – Vom Problem zur Lösung	192
Wie Sie in Telefonaten aktiv werden	194
Reklamation und Emotion am Telefon	197
Wie Sie optimal mit verärgerten Kunden umgehen – Acht Schritte	202
Reklamationen – Chance zum Verkauf und zur Kundenbindung	206

Wann ergreifen Sie die Initiative und sprechen den Kunden telefonisch an?	207
Zeitmanagement eines Beraters	212
Aktivitäten planen	212
Verhandlungstricks der Einkäufer	214
Der Vergleich	214
Ein Klassiker: good guy, bad guy	214
Behaupter und Zustimmer	215
Salamitaktik	216
Treppenverhandlung	216
Erzeugen von Verhandlungsmasse	217
Außergewöhnliche Gründe, warum der Verkäufer einen günstigeren Preis anbieten sollte	219
Image und Referenzen	219
Zeit-Kuchen-Verteilung und Freitagsgmeetings	220
Das Ultimatum	220
Weshalb Verhandlungen scheitern	222
Schlechte Vorbereitung	222
Es wird nicht durch die Brille des Gegenübers geschaut	222
Die Motive und Interessen des anderen sind bekannt	223
Es wird davon ausgegangen, alle Lösungsvarianten seien bekannt	225
Es wird nicht hartnäckig genug verhandelt	225
Persönliches wird mit Sachlichem vermischt	226

Es werden keine Ziele und Prioritäten gesetzt	226
Die Teilnehmer der eigenen Seite sind nicht in die Strategie und Taktik eingebunden	227
Für Schnelleser: Eine Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse	228
Literatur	232
Register	233