

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>11</b>
<b>2.</b>	<b>Emotionen im Verkauf?</b>	<b>13</b>
<b>3.</b>	<b>Ein Blick in unser Gehirn!</b>	<b>14</b>
3.1.	Grundlegende Erkenntnisse der Neurowissenschaften	15
3.2.	Unser Autopilot sorgt für automatische Abläufe	16
3.3.	Das menschliche Gehirn: ein Orchester ohne Dirigent	19
3.4.	Welche Regionen im Gehirn sind für den Verkauf relevant?	21
3.5.	Spitzenleistungen entstehen im Gehirn	23
<b>4.</b>	<b>Woran kann Verkaufen scheitern?</b>	<b>25</b>
<b>5.</b>	<b>Wodurch zeichnet sich ein Top-Verkäufer aus?</b>	<b>27</b>
5.1.	Den Homo oeconomicus gibt es nicht	28
<b>6.</b>	<b>Kaufentscheidungen werden im Kopf des Kunden getroffen</b>	<b>30</b>
6.1.	Kunden wägen ab, bevor sie kaufen	30
6.2.	Widerstand gegen Verhaltensänderungen	31
6.3.	Kaufen ist wie lernen, es braucht Zeit, Wiederholung und Geduld	33
<b>7.</b>	<b>Bauch oder Kopf? So entscheiden wir!</b>	<b>34</b>
7.1.	Entscheidungstypen	36
7.2.	Worauf kommt es an, wenn wir entscheiden?	38
7.3.	Mit kleinen Entscheidungsschritten zum „Ja“ des Kunden	41
7.4.	Wer A sagt, will auch B sagen	41
7.5.	Entscheidungsbeschleuniger	44

<b>8.</b>	<b>Der emotionale Verkäufer</b>	<b>46</b>
8.1.	Mit Herz und Verstand direkt in das Gehirn des Kunden	46
8.2.	Den Bedarf des Kunden ergründen	48
8.3.	Was nicht durch den Bauch geht, bleibt im Kopf nicht hängen	50
8.4.	Das Kaufnetzwerk	51
8.5.	Change-Management für Verkäufer	52
8.5.1.	Verscheuchen Sie hemmende Glaubenssätze!	54
8.5.2	Zähmen Sie den inneren Schweinehund!	56
8.6.	Verkäufer sind Beziehungsmanager	59
8.7.	Empathie schlägt Fachkompetenz	60
8.8.	Killerphrasen würgen jedes Gespräch ab	64
<b>9</b>	<b>Kommunikation – Der Treibstoff für erfolgreichen Verkauf</b>	<b>66</b>
9.1.	Die Kraft der Sprache nutzen	66
9.2.	Körpersprache im Verkauf	72
9.3.	Unsere Emotionen sind uns ins Gesicht geschrieben	74
<b>10.</b>	<b>Machen Sie Ihren Standpunkt im Verkaufsgespräch hörbar</b>	<b>78</b>
<b>11.</b>	<b>Mit Bildern und Geschichten das Herz des Kunden öffnen</b>	<b>81</b>
11.1.	Am Anfang war das Bild	81
11.2.	Das Gehirn liebt Geschichten	86
<b>12.</b>	<b>Weniger ist mehr – das Gehirn will es einfach haben</b>	<b>89</b>
<b>13.</b>	<b>Wenn es mal hakt – kritische Situationen meistern</b>	<b>91</b>

13.1.	<b>Konfrontation abbauen</b>	94
14.	<b>Kaufsignale des Kunden beachten – souverän zum Abschluss führen</b>	97
14.1.	Kaufbereitschaft testen mit der „Rhetorischen Stricknadel“ (nach Dirk Kreuter)	97
14.2.	Kaufsignale beachten	99
14.3.	Die Alternativfrage: Der Punktstrahler für Ihr Angebot	99
14.4.	Zusatzverkäufe	101
14.5.	Kaufzweifel vermeiden	102
15.	<b>Preisgespräche mit Köpfchen</b>	103
15.1.	Preisanker setzen – welche Erkenntnisse liefern die Neurowissenschaften?	105
15.2.	Rabatte, Sonderkonditionen und Zugeständnisse	108
16.	<b>Anfang und Abschluss des Verkaufsgespräches</b>	112
17.	<b>Beschwerden professionell begegnen</b>	114
18.	<b>Empfehlungsmarketing – die wirksamste Art der Neukundengewinnung</b>	119
19.	<b>So machen Sie mehr aus Ihren Verkaufsgesprächen</b>	122
19.1.	Gibt es den geborenen Verkäufer?	123
20.	<b>Zwölf Neurotipps für Verkäufer aus der Praxis</b>	125
21.	<b>Der Autor</b>	129
22.	<b>Literaturverzeichnis</b>	130