

Inhalt

Einleitung	9
Teil 1: Die Herausforderung – der komplexe Verkauf	13
Kapitel 1: Außer Kontrolle	15
Kapitel 2: Was macht das komplexe Verkaufen von heute so komplex?.	27
Kapitel 3: Der Abgrund und die Feuerprobe – Konkurrenzanalysen	35
Kapitel 4: Talent und Team Selling: Erzähler, Verkäufer, Jäger, Bauern, Geschäftsentwickler, Partner und der branchenvernetzte Berater	41
Kapitel 5: Das Arsenal des Wettbewerbsvorteils	67
Teil 2: Die Lösung – R.A.D.A.R.[®]	77
Kapitel 6: R.A.D.A.R. [®] – die Vereinfachung komplexer Verkaufsvorgänge.	79
Kapitel 7: Schlüssel 1 – Lösung mit Problem (oder Nutzen) verknüpfen.	83
Kapitel 8: Schlüssel 2 – den Interessenten qualifizieren.	103
Kapitel 9: Schlüssel 3 – der Konkurrenz vorgezogen werden	113
Kapitel 10: Schlüssel 4 – den Entscheidungsprozess bestimmen	125
Kapitel 11: Schlüssel 5 – an die Mächtigen verkaufen.	139
Kapitel 12: Schlüssel 6 – den strategischen Plan kommunizieren	155

Teil 3: Strategien zur Umsetzung.	171
Kapitel 13: 16 Verkaufsstrategien auf Gelegenheitsebene.	173
Kapitel 14: Problemverlagerung und zeitorientierte Verkaufstaktik	191
Kapitel 15: Zehn Strategien auf individueller Ebene.	201
Kapitel 16: Verkaufen auf der C-Ebene - Geschäftsführung und politische Navigation	207
Teil 4: Schon vor der Schlacht gewinnen - Kundenmanagement . .	221
Kapitel 17	
Vom Chancenmanagement zum Kundenmanagement	223
The Complex Sale Inc.	235
Danksagung.	237
Über den Autor.	239
Bibliografie	241
Quellenverzeichnis	245
Stichwortverzeichnis	247